

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA

Escuela de Comunicación

**DISERTACIÓN PREVIA PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO
EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN.**

**Tema: Relación imagen-texto en la sección “En carne ajena” y “La rana que
es sapo”**

Director: Mtr. Frantz Jaramillo

Alumno: Esteban Corral

PUCE 2015

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta disertación a mis padres, Grace – mami, este triunfo es tuyo – y Alfonso: lucharon, a su manera, quizá, más que yo durante todos estos años. A mi tía Sylvia, mi abuelita Fabiola y mi hermano Martín: son mi familia más cercana; son, y siempre serán el lugar al que puedo ir cuando más necesite. A mi novia Ori, que guarda consigo un año lleno de alegrías y decepciones: sin ti, no sé si lo hubiese logrado. A los amigos de siempre. A muchos profesores que considero amigos. Finalmente, a la querida Lourdes Pérez: gracias a ella aprendí que Barthes no era, precisamente, el arquero de la selección francesa.

Resumen

En el presente trabajo de investigación se muestran imágenes de prensa, que tienen un texto que las acompaña. A lo largo de la investigación, intentaremos definir cómo operan estas imágenes en su contexto; qué tipos de textos las acompañan y; cómo estos dos elementos se complementan o no. Para esto, usaremos dos fuentes metodológicas, principalmente. Sin embargo, reforzaremos conceptos apoyados en otros teóricos, para comprender de mejor manera el contexto en el que las imágenes de “En carne ajena” y “La rana que es sapo” se construyen. Para lo que deberemos entender, el contexto en el que operan estas imágenes. Las secciones a estudiar son parte de la sección deportiva de Diario Extra, están relacionadas con el humor gráfico y no tienen un periodo de publicación continuo.

Introducción

La investigación propuesta en esta disertación, junto con el análisis de su objeto de estudio, busca esclarecer conceptos referentes a la fotografía y su contexto. Debido a que la fotografía se desarrolla desde ámbitos como lo social e histórico, es necesario delimitar la función sobre la que este trabajo investigativo posará su mirada: la función informativa. Por otro lado, la fotografía, como elemento icónico, presenta un primer problema para su lector: carece de significado unívoco por sí sola. Por lo tanto, al menos en los medios de comunicación, la imagen viene acompañada de un texto que la complementa. En este punto surge la primera pregunta de investigación. ¿Son las imágenes construcciones complejas, con suficiente coherencia para que puedan operar, por sí solas, como mensaje, en el proceso de comunicación? Para esto, usamos dos fuentes metodológicas que servirán para comprender la construcción de la imagen, sus funciones y su relación con determinado texto.

Lorenzo Vilches, en el texto *La lectura de la imagen*, propone el análisis de, además del cine y la televisión, el texto y su importancia en ciertos campos como la información periodística y la fotografía de prensa. El autor hace un extenso análisis de estos dos temas relacionados con la prensa escrita; pero, primero, se encarga de definir sus elementos constitutivos. Uno de ellos es el texto. Vilches asegura que “La imagen es un texto” (Vilches, 1992, pág. 29), en su capítulo dos. Estos son textos culturales, según el autor y forman parte de una triada en la que se incluye al autor y al lector modelo.

Vilches le da una función delimitativa al texto. Esta función hace que el texto se entienda como un “corpus de análisis” (Vilches, 1992) con lo que se entiende a una “fotografía-texto” como elemento para el estudio de un sistema total. (Vilches, 1992). Para la investigación, esta será la definición de texto, pues es el texto, un trazo de la intención de un locutor, para ser emitir un mensaje y producir un efecto.

Además, aceptaremos la conclusión de Vilches de que en los actos de comunicación, los emisores no reciben o interpretan frases, sino textos. Estos textos están atravesados por isotopías (construcciones semióticas generales), que podrán ser entendidos mediante la deixis (un modo particular de actualización de competencias que poseen los sujetos de la comunicación, en este caso, el lector modelo).

Ese texto, el “todo discursivo” que propone Vilches, tiene que tener cierta coherencia; además, busca que el lector (un lector modelo), tenga ciertas competencias discursivas para la interpretación de los textos culturales, que componen una intención comunicativa de carácter verbal-visual. Por lo tanto, se tendrán en cuenta los conceptos de Vilches respecto a las reglas de la coherencia textual; las unidades del contenido visual; la tipología discursiva en los mensajes visuales; además de los actantes y su relación con base en las reglas de la topicalización espacio-temporal.

Esta fuente metodológica nos permite comprender que las fotografías y sus textos, juntos forman un texto icónico-verbal, que se produce por la intención de un sujeto de emitir un mensaje. Para la lectura de esta imagen, el receptor deberá tener un conjunto de competencias, o generarlas, para que el acto comunicativo se complete.

Por otro lado, este trabajo de investigación tendrá otra fuente metodológica para el análisis de su objeto de estudio. La propuesta teórica de Roland Barthes, en sus textos *La cámara lúcida* (1989) y *Lo obvio y lo obtuso* (1992), nos da la pauta de un análisis detenido de la fotografía, su producción y su relación con el texto que la complementa.

Para Barthes, la fotografía tiene tres componentes: *Operator*, *Spectator* y *Spectrum*, nombres que les da a los actores del proceso comunicativo. La fotografía tiene un carácter trivial, que se comprende mediante el estudio de dos elementos: el *Studium* y el *Punctum*; estos elementos se refieren a la delimitación de un tema que la fotografía expresa; y al estudio de un detalle que resalte de dicha fotografía, respectivamente. Además, el *Punctum* se estudiará como Tiempo, pues servirá para entender el noema de la fotografía: “Esto ha sido”, que permite comprender que una fotografía, aunque es vista en el presente, forma parte del pasado.

Esta investigación se enfocará en establecer los conceptos de Barthes sobre la función denominadora del texto; su carácter simbólico; y, finalmente, sus niveles del sentido. Es decir, el texto que acompaña a una fotografía tiene la función de comentar dicha imagen o darle significado. Además, el texto puede ser elemento de una diégesis en la que está inmersa la fotografía. Este último aspecto, característico del humor gráfico.

Para la aplicación de la metodología, propuesta por los dos autores que usaremos, hemos escogido, como objeto de estudio, dos sub secciones del diario Extra: “En carne ajena” y “La rana que es sapo”. Estas secciones, que tienen autonomía, pero que forman parte de la sección de deportes del diario, serán de ayuda para comprender mejor la metodología propuesta. No tienen un periodo ni fecha de emisión sistemática y específica. Además, no entregan información periodística tradicional. Funcionan como comics, que usan fotografías de la coyuntura futbolística nacional a las que se les ha agregado textos que se entienden como declaraciones de los actantes de la fotografía. Cada sección, en cada emisión, tiene un conjunto de fotografías que pertenecen a un partido nacional o internacional, que, juntas, parecen contar, de otra manera, lo ocurrido en dicho encuentro.

Hemos escogido este objeto de estudio porque consideramos que, al formar parte de un diario considerado sensacionalista, expondrá de manera más notoria los conceptos propuestos en la teoría. Aquí veremos más claramente cómo funciona la deixis y las isotopías de Vilches; también entenderemos el *Punctum* y *Stadium* y las funciones (de anclaje y de relevo) que propone Barthes. Sin embargo, es necesario recalcar que, tanto en este diario, como en los considerados diarios “serios”¹, se ven fotografías junto a textos que les dan un sentido. Es decir, una misma fotografía, que está dentro de nuestro objeto de estudio, podría funcionar como información de un diario tradicional.

¹ Comúnmente se denomina diarios “serios” a los medios de comunicación impresos que no tienen tintes sensacionalistas o amarillistas. Además, son diarios que trazan su línea editorial alrededor de temas relacionados a la política y la economía, principalmente. Este concepto se refuerza en el primer capítulo, con base en lo propuesto por Fernando Checa Montúfar.

Tabla de contenido

CAPÍTULO I	1
Historia del sensacionalismo	1-3
Diario Extra	3-8
Selección de fuentes.....	9-10
Aproximación a la fotografía	11-16
CAPÍTULO II	17
Lorenzo Vilches: el texto icónico-verbal, medio privilegiado	17-21
Coherencia visual	22-26
Coherencia textual	26-30
Topicalización espacio-temporal.....	30-31
Roland Barthes: fotografía	31-34
Retórica de la imagen.....	35-37
CAPÍTULO III	38
Análisis icónico-verbal	38-59
CONCLUSIONES.....	60-62
BIBLIOGRAFÍA	63
ANEXOS.....	64-66

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1	20
Imagen 2: Gráfico 1.....	23
Imagen 3	24
Imagen 4	25
Imagen 5	25
Imagen 6	27
Imagen 7: Gráfico 2.....	30
Imagen 8	30
Imagen 9	33
Imagen 10	41
Imagen 11	42
Imagen 12	42
Imagen 13	43
Imagen 14	44
Imagen 15	45
Imagen 16	46
Imagen 17	47
Imagen 18	48
Imagen 19	49
Imagen 20	50
Imagen 21	51
Imagen 22	52
Imagen 23	53
Imagen 24	54
Imagen 25	55
Imagen 26	56
Imagen 27	57
Imagen 28	58
Imagen 29	59
Imagen 30	60
Imagen 31	61

CAPÍTULO I

Historia del sensacionalismo

Para el presente análisis, debemos, primero, comprender de manera clara los conceptos que se van a utilizar a lo largo del mismo. Uno de ellos es el sensacionalismo. Entonces, empecemos por definirlo. Según la Real Academia Española (RAE), el sensacionalismo es la “Tendencia a producir sensación, emoción o impresión, con noticias, sucesos, etc.” Sobre este, se entiende su popularización y difusión masiva en los estados Unidos, con William R. Hearst y Albert Pulitzer; además, con Richard F. Outcault y su *Yellow Kid*. Pese a que este es su más famoso referente, también se entiende como sensacionalismo a las gacetas de Alemania y Francia, que publicaban crímenes y chismes de la realeza, en el siglo XVI, según Erick Torrico Villanueva.

En la segunda mitad del siglo XIX, según Torrico Villanueva, este recurso periodístico toma el carácter de expresión popular y se vuelve una elección de quienes escribían noticias; su principal objetivo era ganar lectores, por lo que recurrían, incluso, al escándalo. Uno de los ejemplos más conocidos del efecto del sensacionalismo fue la declaratoria de guerra que provocó Hearst desde sus periódicos, *The examiner* y *Morning Journal*, a España, por parte del gobierno de EEUU.

En Sudamérica hay algunos ejemplos de diarios sensacionalistas. Todos tienen características similares, propias del género sensacionalista, que iremos definiendo con el paso de este capítulo. En Perú, por ejemplo, el diario “Ojo”; en Colombia, “El Espacio”; en Argentina; el diario “Crónica”; en Paraguay, el “Diario Popular”; en Chile el diario “La cuarta”; y en Ecuador, el ejemplo más significativo, y objeto de nuestro análisis, es el “Diario Extra”.

Fernando Checa Montúfar, en un pie de página de su obra *El Extra: las marcas de la infamia* (2003) dice que sensacionalismo, junto con otros términos destinados a

este estilo periodístico, se refiere “al tipo de periodismo que privilegia contenidos de violencia, sexo, fútbol y hechos espectaculares diversos con un tono sensacionalista.” (Checa Montúfar, 2003, pág. 12). Además, asegura que, como se sabe, los medios de comunicación construyen noticias y le dan distinto valor – por ubicación, espacio o y recursos visuales – además de que sitúan a los actores sociales de distintas maneras. Es por esto que no todos tienen el mismo peso en los diarios. El claro ejemplo es que un actor social puede ser víctima o victimario, y eso hará que su posición en la esfera pública cambie. Frente a este concepto, podemos incluir la noción de Periodismo objetivista y Periodismo narrativo. Para Fernández Pedemonte, en la Argentina ocurre un proceso de cambio en el periodismo. Se empieza a imponer el retorno al relato – entendido como un recurso asociado a la literatura – por sobre el periodismo objetivista, que plantea la ideología de que los diarios deben reflejar la realidad, sin dejar muestras de interpretación en su redacción.

Según Fernández Pedemonte, el periodismo sensacionalista aborda temas considerados tabúes de las esferas públicas y su principal fin es obstruir el proceso del receptor de razonar sobre el hecho que están contando. Entonces, el problema no radica en que los periódicos sensacionalistas hablen, o no, de violaciones y asesinatos, sino que, en ese proceso comunicativo, “lo hagan con el estilo de la *espectacularización* que nos impide quebrar nuestras certezas sobre el tema, salir de nuestro sentido común para buscar una comprensión de aquello que se nos presenta como extraño (...) tematizar una cuestión que hasta ese momento era parte de nuestro paisaje.” (Fernández Pedemonte, 2001)

Este proceso de cambio nos deja un concepto claro para entender el sensacionalismo: el periodismo objetivista. Esta forma de periodismo tiene una estructura marcada, que el periodista debe seguir. Su principal forma de construir la noticia es la pirámide invertida, que es el ejemplo de cómo redactar una noticia sin que se inmiscuyan características de interpretación que afecten la realidad. El periodismo objetivista suele tener como característica la delimitación de espacios dentro de la distribución del periódico. Todo aquello que es noticia, y que responde

a la objetividad – de más está decirlo, discutible – tiene su espacio; y todo aquello que representa la opinión, tiene su espacio, en donde, según Fernández Pedemonte, “previo acuerdo con los lectores, se viertan opiniones”. El periodismo objetivista, según Fernández, tiene normas de estilo que eliminan huellas valorativas. (Fernández Pedemonte, 2001, págs. 40, 41).

De este concepto del periodismo, concluimos, para nuestra primera visión sobre sensacionalismo, que el periodismo libre de ciertas normas estilísticas, más narrativo y alejado de la estructura del periodismo objetivista, tiene estrecha relación con la construcción de los hechos noticiosos en el sensacionalismo.

Por tanto, establecemos que el sensacionalismo es el recurso periodístico que privilegia contenidos destinados a la producción de sensaciones en los receptores. No es nuevo en el periodismo, pero no siempre fue considerado un recurso deliberado. Estos contenidos no están enfocados en una sola área, sino que los vemos en la vida social, la política, el sexo, la violencia y hasta el deporte. El sensacionalismo busca impresionar al lector mediante el uso de diferentes sucesos que llamen su atención.

Diario EXTRA

Una vez definido brevemente el concepto general de sensacionalismo, y explicada su historia, debemos situarnos en el contexto nacional, que será nuestro objeto de análisis: la prensa sensacionalista en el Ecuador y su más popular exponente, Diario Extra. La historia del diario inicia en 1923, cuando en Guayaquil circulaba un tabloide de 8 hojas, dirigido por Pompillo Ulloa. En 1972 se cierra y da paso a *La Prensa Gráfica* que, por la dictadura militar de Rodríguez Lara, sale de circulación rápidamente. Galo Martínez Merchán, en 1973 inicia su proyecto periodístico con *Expreso*. Martínez Merchán y Nicolás Ulloa, hijo del fundador del tabloide de 1923 terminan de fundar *Extra*, y también constituyen Gráficos Nacionales S.A. (*Granasa*), empresa que es la encargada de la publicación de los dos diarios hasta hoy. (Checa Montúfar, 2003, pág. 21)

La primera edición de Extra circuló en 1974, con una tirada de 15000 ejemplares, datos que recopila Checa Montúfar de Granasa. El diario nace, según el autor, con una versión en blanco y negro, sin la línea editorial del sensacionalismo, que relegaba la crónica roja a la última página, posición editorial que se “...mantendría durante cerca de 15 años.”. En 1988, los directivos de Granasa deciden darle “un cambio radical a su línea editorial” con la decisión de elegir la *Línea Colombiana* – nombre con el que se conoce a cierto periodo del diario – dándole el cargo de editor al periodista colombiano Henry Holguín. Con esta modificación, la crónica roja y el periodismo sensacionalista empiezan a tomar relevancia en la distribución jerárquica del diario, ocupando las primeras páginas y las portadas. Sobre esto, Checa Montúfar, asegura que “la fotografía también empezó a jugar un papel fundamental, potenciada por el uso del *full color*” (Checa Montúfar, 2003, págs. 22, 23)

Henry Holguín, ex Director del diario, asegura, en su blog personal, en una publicación de 2012, que son “...el espejo de esta sociedad y el termómetro que mide diariamente el galopante aumento de los problemas sociales que producen la criminalidad.” Además, asegura que son “...orgullosamente sensacionalistas, no amarillistas y permítanme explicar la enorme diferencia: los amarillistas mienten, los sensacionalistas no. Los sensacionalistas creemos que "quien busca lo fantástico fuera de la realidad es por falta de imaginación", como afirmaban Powels y Bergier.” Esta definición de principio del diario, según Henry Holguín, concuerda con lo que Checa Montúfar define como *Miradas del negocio*.

Los procesos políticos del país que parecen estar debilitados por la dictadura militar le dan el inicio a Extra. Posteriormente, en el retorno a la democracia, y con la línea editorial colombiana, Extra se acomoda a la tendencia mundial de los productos característicos de la cultura de masas. El sensacionalismo se vuelve su principal forma de hacer periodismo. Este sensacionalismo se ve justificado por los directivos y sus máximos editores, como Henry Holguín, en los fenómenos sociales que vive el Ecuador. Entonces, en Extra se entiende que el sensacionalismo es el recurso periodístico que permite visibilizar a los actores

sociales de esos fenómenos sociales; y no solo que visibiliza a esos actores sociales, sino que funciona como “generador de consciencia” en el tercero, que no es ni víctima ni victimario.

Una vez entendido el concepto base del sensacionalismo, su historia a nivel mundial y su posicionamiento en el medio nacional, tendremos que entender sus características principales, es decir, su construcción como estilo periodístico. La primera característica es el melodrama. Hablaremos de dispositivos dramáticos de manera rápida, solo para conceptualizarlos, basados en el estudio de Checa Montúfar.

Esta estructura melodramática, de la que habla Checa Montúfar, tiene sus orígenes en el periodismo popular, que fue creado para ser transmitido de forma oral o, leído en espacios públicos. Y estos orígenes se mantendrían en los periódicos sensacionalistas contemporáneos mediante ciertas características. En palabras de Fernando Checa: “los grandes titulares, (...) un estilo irreverente y expresivo correspondiente a los modos de expresión popular, la incorporación del escándalo y el *humor* en la noticia” (el subrayado es nuestro). (Checa Montúfar, 2003, pág. 48). A este concepto se le suma el de Martín- Barbero que dice que en los diarios sensacionalistas “está la melodramatización de un discurso que aparece fascinado por lo sangriento y lo macabro (...) y hasta la atención a los ídolos de masas del mundo del deporte como del espectáculo” (Martín Barbero en Checa Montúfar, 2003, pág. 48). Según Checa Montúfar, el melodrama clasifica las emociones y es un mecanismo de catarsis que apela a la estilización metonímica. Además, dice que la estructura melodramática se logra con la correlación de algunos aspectos de la narración como los sentimientos básicos, las situaciones o sensaciones y los personajes. (Checa Montúfar, 2003, pág. 48)

Otro de los dispositivos dramáticos que caracterizan al sensacionalismo es la *oralidad secundaria*, de la que habla ampliamente Martín- Barbero; y por el “nuevo sensorium” del que hablaba W. Benjamin. Las dos, relacionadas con la audiovisualidad y con la percepción del espacio y el tiempo, influido por, principalmente, la TV. Este es el antecedente, según Checa Montúfar, para

explicar “el uso intensivo y extensivo de fotografías, dibujos, grandes titulares y demás recurso gráficos y tipográficos del *Extra*”. Sobre las páginas interiores del diario, siguiendo esta lógica de análisis, Checa Montúfar dice que “(...) son textos con un estilo breve y claro, sencillo y coloquial, que incorpora las formas populares oralizadas del lenguaje y la jerga. Todo esto configura un tipo de narración, una (...) sintaxis de fácil digestión.” (Checa Montúfar, 2003, pág. 54)

Estos dispositivos explican, en breves líneas, la relación entre imagen y texto en el discurso periodístico del diario sensacionalista, desde la perspectiva de una elección editorial, aún no desde la perspectiva semiótico- estructuralista, de la que hablaremos más adelante. Esa especie de catarsis que produce el hecho noticioso sensacionalista, más la característica audiovisual del receptor, hace que el texto se construya bajo características específicas, desde los titulares; por otro lado, la fotografía adquiere mayor relevancia.

Los periódicos sensacionalistas tienen características específicas visibles. La principal, quizás, la portada. Es el primer vínculo con el lector, está cargada de colores en sus titulares – de los cuales ya hablaremos más adelante – además de fotografías. Si tuviese que hacerse un análisis de lectura de la portada del diario, la primera inquietud sería la jerarquía de sus noticias de primera plana: no hay relevancia en la lectura – tradicionalmente de izquierda a derecha y de arriba abajo – y esta misma inquietud se traslada a sus titulares. En el caso de *Extra*, la portada está diagramada de manera distinta al resto de secciones del diario, teniendo una orientación vertical.

Sobre la portada en *Extra*, Checa Montúfar explica que “ofrece una mirada caracterizada por la opulencia iconográfica, por titulares y sumillas coloridos (...)” (Checa Montúfar, 2003, pág. 66). El autor asegura que *Extra* destaca la lectura visual en su portada, debido al público al que se dirige, generalmente de clase popular. En *Extra* se garantiza la violencia y los temas sexuales, el uso del color rojo y sus distintas tonalidades, como colores dominantes y los textos de lectura fácil, según Checa Montúfar. Todas estas características se deben al público de clase popular al que se dirigen.

Los titulares en los periódicos sensacionalistas son de gran importancia, pues anclan las fotografías de las que ya hablamos. El titular sirve para llamar la atención del lector, en primera instancia; y para esto, los diarios suelen tener distintos criterios de selección de los mismos. Para Fernando Checa el texto, en donde entra el titular, cumple algunas funciones, entre ellas “se basa en la intertextualidad o en reenvíos discursivos a otras partes del texto o a una cierta competencia del lector (Verón, 1973, págs. 90, 91), a su capital simbólico”. Además, el autor explica que el diario suele incluir en sus titulares a Dios o la suerte, en temas de crónica roja o, incluso, deportivos, remitiéndose a la religiosidad popular, que termina formando parte del lenguaje coloquial. (Checa Montúfar, 2003, págs. 74, 75).

A todas estas características del diario sensacionalista, se las relaciona con el uso del color. Los diarios de tendencias sensacionalistas, en nuestro caso de análisis, el diario Extra, tiene como particularidad el uso excesivo del color. Se suele usar colores relacionados al amarillo – quizá por su estrecha relación histórica con el amarillismo, ya explicado en el inicio de este capítulo – así como colores relacionados al rojo. Estos últimos tienen mayor relevancia en el uso de titulares, ya sea en su tipografía o como *background*, de los textos en las portadas. El mismo nombre del periódico se imprime en color rojo.

Este criterio de selección responde a una psicología del color. Los colores rojos están relacionados con la pasión, la violencia y la sangre, temas principales de las portadas y noticias de los diarios sensacionalistas. Los amarillos, pasión o placer. Esta psicología del color siempre dependerá del contexto, de la cultura en que estos colores se representen.

Para Checa Montúfar, “El rojo acentúa el drama y el trauma que ya están remarcados por el ángulo, los primeros y primerísimos planos, (...) la explosión fotográfica”. (Checa Montúfar, 2003, pág. 72). Esto muestra la intención editorial del periódico sensacionalista de apelar a sensaciones de los receptores. El titular está en relación de dependencia frente a la tipografía y el color.

El servicio sexual, como lo denomina Checa Montúfar, ha ido cambiando en las portadas de diario Extra. El diario ha tenido problemas con la sección *Lunes Sexy*, que, a pesar de seguir en circulación, ha recibido sanciones por ser considerada “sexista y estereotipado”. El superintendente de comunicación, Carlos Ochoa, aseguró que la sección incumplía el artículo 62 de la Ley de Comunicación, que habla sobre la prohibición de contenidos discriminatorios.

Esta sección es tradicional en diario Extra y tiene como característica que, todos los lunes, tiene en portada a una mujer semidesnuda, con un titular que la describe, junto con su nombre. Esta portada ocupa las $\frac{3}{4}$ partes de la portada total del lunes. En su interior tiene dedicada una sección entera para la modelo, en el centro del tabloide.

Checa Montúfar dice que Extra publica esta sección la belleza nacional, pues detrás de esta está no solo el éxito del negocio, “sino también el interés de las chicas para promocionar su cuerpo y (...) ascender en la carrera de modelaje”. Además asegura que esta sección remarca el estereotipo de belleza de la mujer y su papel de ser gozada, así como el del hombre, de gozar. (Checa Montúfar, 2003, págs. 76,77)

Junto con estas características, Extra tiene una lógica en su producción, que va desde su distribución de contenidos – y la elección de los mismos – hasta la elección de fuentes. En Extra, como en los diarios sensacionalistas, se privilegian ciertos temas que responden a los intereses de los públicos a los que dirigen su producto. La crónica roja es la principal, luego los deportes, los temas eróticos, la farándula y hasta el crucigrama y los espacios de diversión que ofrece el diario. Todos estos, aspectos analizados por Checa Montúfar en su obra, de la que hemos recabado información.

La política y la economía están relegadas a segundo plano, porque no son temas de gran interés entre sus lectores. Estas suelen estar en las primeras páginas y, solamente son tratados en los editoriales. Para el resto de secciones, la selección de temas tiene un enfoque más popular, cuyo objetivo sea causar solidaridad, empatía con el otro, producto de las emociones a las que apela la noticia.

Selección de fuentes

La selección de fuentes en el diario es particular con respecto a otros diarios. Al ser un diario sensacionalista, las fuentes suelen ser la morgue, la policía y las instituciones judiciales – esta última tiene una sección. En el documental de Frantz Jaramillo, *Horas Extra*, se ve el proceso de recolección de fuentes en una jornada de trabajo para un equipo periodístico de Extra.

Checa Montúfar asegura que la relación estrecha entre Extra y la policía no ha impedido que el diario publique hechos noticiosos de todo tipo, que involucren a miembros policiales. Además, sobre esto asegura que las fuentes de Extra son “insustituibles”, porque entregan información referente al tipo de noticias que le interesan al diario. (Checa Montúfar, 2003, pág. 99).

También es necesario entender, más allá de las características técnicas del sensacionalismo, como estilo periodístico, la visibilidad popular que tiene sobre los sectores marginados por otros diarios. Fernando Checa asegura que, cuando los sectores populares son visibilizados en los medios, suelen ser representados por estereotipos o prejuicios. Extra representa a los protagonistas de sus noticias, según el autor, de una forma negativa, estigmatizada. Esta representación, casi siempre, tiene a los protagonistas como victimarios, beneficiarios o testigos de algún hecho. Al parecer, menciona el autor, la construcción de las noticias de Extra hace suponer que las “cosas buenas de la vida” son atributo de las clases sociales pudientes (Checa Montúfar, 2003, pág. 75). Esta es la primera diferencia con los periódicos sensacionalistas; en estos, los sectores populares son los protagonistas.

Pero, si bien la voz popular es protagonista de los diarios sensacionalistas, según Checa Montúfar, pareciera que se distorsiona por el criterio periodístico que se centra en el drama y la solución violenta de conflictos. Esa voz protagonistas se manifiesta a través del testimonio, según el autor.

Sobre esta violencia en la solución de conflictos, que se ve representada en los periódicos sensacionalistas, podemos ampliar la explicación sobre su relación. Damián Fernández Pedemonte (2001) explica que hay dos teorías opuestas en cuanto a los medios de comunicación y la violencia. En un primer grupo, la que produce una suerte de catarsis, que funciona como liberador de pasiones de temor y, también, de las propias conductas violentas, conscientes o inconscientes (Fernández Pedemonte; 2001; 45). El segundo grupo cumple un rol mimético, que consiste en emular los comportamientos percibidos.

De este efecto mimético se desprenden tres efectos fundamentales, dice Fernández Pedemonte: El efecto mimético directo; la insesibilización; y el síndrome del mundo violento. El primero explica la tendencia de los receptores a volverse agresivos; el segundo, que los receptores se vuelven insensibles respecto a la violencia del mundo real; y el tercero, que los receptores tienden a creer que las sociedades en que viven son muy violentas y esto genera miedo y comportamientos defensivos, así como estereotipos hacia los actores sociales representados en los medios.

Esta violencia relacionada al discurso periodístico, característico de la crónica roja y el sensacionalismo, no responde a una intención de contar historias más que informar, sino que es producto de una carencia de recursos, según Fernández Pedemonte (Fernández Pedemonte, 2001, pág. 114)

Estos efectos de los que habla Fernández Pedemonte, no podremos – ni es nuestra intención – corroborarlos o desmentirlos. Sin embargo, creemos importante para nuestro estudio que se comprenda que son, o pueden ser, la causa del sensacionalismo. En el país se habla de estereotipos a diario, incluso son parte de la opinión pública; este concepto, que explica un efecto, puede ser una razón. Fernández Pedemonte confirma lo que Checa Montúfar explica, y que nosotros adoptaremos como concepto para nuestro análisis: el sensacionalismo tiene una función catártica cuando entra en el proceso comunicativo. Y como el proceso de la comunicación tiene un *feed back*, entenderemos que esta catarsis es experimentada por emisor y receptor.

En lo que coincidimos con Fernández Pedemonte, en nuestra búsqueda de conceptos para el análisis, es que el sensacionalismo, más que un recurso periodístico, es una falta de recursos periodísticos, que obligan al emisor a apelar a las emociones del receptor.

Aproximación a la fotografía: definición

La fotografía es, quizá, el elemento constitutivo más importante del sensacionalismo, pues, según Fernando Checa, la inclusión de la misma garantiza al lector que el diario ha sido testigo presencial del hecho y su verdad es indiscutible. El autor habla de un “efecto de realidad”, “frente a lo cual muy pocos se preguntan si ella difunde la verdad”, pues cuando se presentan las imágenes “es suficiente para que su veracidad sea incuestionable” (Checa Montúfar, 2003, pág. 70). En el medio local, diario Extra suele utilizar, principalmente, fotografías destinadas a la crónica roja, que tienen como característica principal, el uso de primeros y primerísimos planos, que acentúan el carácter violento de la foto. Otro tipo de fotografías muy usadas en Diario Extra son las fotos de mujeres semidesnudas que, acorde a las características del sensacionalismo, anteriormente determinadas, buscan apelar a sensaciones; y, a su vez, buscan incrementar ventas. Sobre estos dos tipos de fotografías no entraremos en detalle, pues no son parte de nuestro análisis, pero creemos necesario mencionar su importancia en la distribución jerárquica del diario.

Este criterio de verdad que tiene la fotografía hace que su importancia en el periódico sea tal que, si una noticia no tiene imagen, queda relegada. Frantz Jaramillo, en su documental *Horas Extra*, deja ver, quizá, uno de los diálogos más representativos para la comprensión de la importancia de las fotografías. Uno de los periodistas del diario le pide a un policía que “pose con la evidencia”, hecho al que accede, rápidamente, el oficial. Extra ha hecho de la fotografía una de sus características editoriales.

Es necesario, entonces, ahondar en el concepto de fotografía y en su relación con el periodismo: el fotoperiodismo. Sobre este campo de la fotografía, hay un primer acercamiento a su definición, por parte de Manuel Alonso Erausquin, en su obra *Fotoperiodismo: formas y códigos* (1995). Define al fotoperiodismo, en un primer concepto general, como la técnica comunicativa que media entre un observador directo de acontecimientos novedosos y de actualidad y un receptor que “acepta observar es realidad indirectamente, a través de la mediación que sobre ella han ejercido el sujeto emisor y el medio de comunicación” (Erausquin, 1995, pág. 8). A este concepto el autor le llama “información fotográfica de actualidad”. Además, Erausquin agrega que la fotografía tiene una función comunicativa “directa y exclusiva”, que tiene más o menos peso, según los casos, por sus méritos a la hora de entregar información. La fotografía “nos presenta la apariencia de personas, animales, cosas y escenarios que están relacionados con tales o cuales hechos.” Y que esta representación es más “exacta y unívoca de lo que pueda serlo una descripción verbal de equivalente efecto.”. Pero esta característica pierde su validez si el receptor no reconoce los actores sociales de la fotografía o los escenarios en donde ocurrió determinado hecho noticioso. Y esta limitación aumenta para que el lector comprenda qué ocurrió. (Erausquin, 1995, pág. 10). El contexto le da validez a la fotografía que retrata hechos noticiosos.

Entonces, Erausquin, llega a un concepto más amplio sobre la fotografía de prensa y dice que “En determinadas circunstancias, aporta datos claros y valiosos sobre los hechos, (...) nos sitúa mejor ante la referencia de los acontecimientos, (...) nos trasmite una carga emocional, contacta con nuestros sentimientos, nos sobrecoge, nos produce admiración o nos aporta gozo y disfrute.” (Erausquin, 1995, pág. 12).

Cuando hablamos de fotografía, entendemos que tiene ciertas características comunicativas. Estas son tres: fidelidad, complejidad y concreción. Las definiremos brevemente. (Erausquin, 1995, pág. 12)

La fidelidad es un concepto atribuido a la fotografía que desarrolla Erausquin. Su principal característica, y foco de nuestro interés, es su relación con la iconicidad.

De la iconicidad se explica la fidelidad. Sobre esto, Erausquin asegura que la fotografía cumple un rol de representación que surge de una convención; por tanto, esa representación de la realidad puede ser el resultado de un pacto entre emisor y receptor, miembros de una sociedad con un contexto histórico y cultural propio, que entienden el concepto de la fotografía. Con esto en mente, el autor asegura que hay una posibilidad de que ciertas imágenes tengan un alto grado de fidelidad respecto a lo que desean expresar y que “pertenece a una categoría extravisual (por ejemplo, tristeza o fuerza, melancolía o abatimiento).” (Erausquin, 1995, pág. 62)

El segundo concepto que plantea Erausquin es la complejidad. Sobre esta se refiere a su relación con la significación y el sentido. Para el autor, no hay imágenes difíciles de comprender por la cantidad – excesiva o no – de elementos componentes de las mismas; se trata de una “cuestión de hábito”. Con base en este concepto, Erausquin reconoce la idea de la dificultad de circulación de información a través de proposiciones visuales en las que el grado de originalidad sea excesivo (...)” (Erausquin, 1995, pág. 64)

La tercera característica comunicativa es la concreción. Este concepto está relacionado con los términos puestos: monosemia- polisemia; denotación- connotación. Erausquin reflexiona sobre la manera de actuar de la polisemia y la connotación en los receptores, y entiende que este carácter de las imágenes trae distintas interpretaciones que no podrían volverse unívocas desde la teoría, sino desde la aceptación convencional de ciertos parámetros fijos para entender ciertos significantes. La polisemia y la connotación permiten que el receptor interprete el mensaje de diversas formas, evitando cualquier tipo de concreción.

La fotografía, al ser una imagen, tiene estas tres características comunicativas. Al relacionarlas al concepto anterior, del sensacionalismo, vemos que su complejidad y concreción hacen que, quienes usen la fotografía como medio de circulación de información, pueden usar la originalidad y los estereotipos para causar sensaciones en los lectores. Este uso de la originalidad puede generar polisemia y connotación en las fotografías que se usen en un diario sensacionalista.

Pero la fotografía tiene una relación con el texto en la prensa escrita. Su más cercano referente es el pie de página, que suele servir como ancla de la fotografía, para ampliar la información que ya entrega la imagen. Sobre esto, Erausquin dice que hay cuatro grandes modos de interrelación entre el texto y la imagen fotográfica. El primero, la independencia o autonomía comunicativa que puede tener la fotografía, en cuyo caso no sería necesario añadir un texto que la complemente. El segundo y tercero, la redundancia (identificación, reiteración, valoración), y la complementariedad (simbiosis y parasitismo) que no explicaremos en nuestro análisis, pero podrán encontrar el cuadro en el libro de Erausquin (Erausquin, 1995, pág. 75). Y el último, la contradicción, que se refiere a la oposición entre el texto y su fotografía. Erausquin dice que si este proceso ocurre “por inadvertencia, por confusión o – peor – por interpretación sesgada, resultará negativa, puesto que producirá en los lectores engaño, equívoco o detección de falta de rigor (...)”. En contraposición, asegura que es distinta la contradicción que ocurre por una intención de llamar la atención, de generar “sorpresa, humor o paradoja”, pues “su uso puede resultar atrayente a los lectores habituales (...)” (Erausquin, 1995, pág. 78).

Una vez explicadas sus características comunicativas, habrá que separar a la imagen del contexto del periódico, por un momento, y entenderla como elemento único en su proceso gradual de aparición e importancia en los medios. Volvemos a revisar la historia de la prensa sensacionalista. Erausquin aclara que la inclusión de los elementos icónicos en los periódicos, surge con Pulitzer y Hearst, aproximadamente en 1850, con las características que ya señalamos al inicio del capítulo. Sin embargo, según el autor, es en 1920, con la aparición de los tabloides que la información gráfica adquiere mayor importancia. La época posterior a la segunda guerra mundial marca un nuevo quiebre en la inclusión de la imagen en los medios impresos, con lo que Erausquin cita como “La generación imagen”. (Erausquin, 1995)

A todo este proceso, el autor recuerda que, se le llamaba “lenguaje de cloaca”, por el excesivo uso de imágenes, que marcó diferencias, en la producción, entre los

periódicos sensacionalistas y los llamados “serios”. Desde entonces, los periódicos que cuestionaban esta práctica, se denominaban serios y adoptaban la posición editorial de evitar las imágenes en la producción de información. Pero Erausquin destaca que este proceso de oposición dejó de ser radical y los periódicos, gradualmente, fueron incluyendo imágenes que funcionen de ilustración y de transmisión de información. (Erausquin, 1995, pág. 89). Para el autor, “no parece fácil sustraerse a la tentación populista sin caer en los defectos denunciados (...): demagogia, falta de objetividad, sensacionalismo y superficialidad (...)” (Erausquin, 1995, pág. 90).

Una vez entendida la fotografía y el contexto en el que surgió y se desarrolla, deberemos aclarar algunos recursos visuales que tiene. Estos recursos se refieren, exclusivamente a la imagen, y no tienen relación con su posición dentro de la diagramación de los periódicos. Uno de ellos, la pintura. Erausquin explica que la pintura puede ser incluida en las páginas de los periódicos, no siempre para relacionarla con su autor original, sino para darle otro significado, darle un uso ilustrativo a otro acontecimiento ajeno al autor. (Erausquin, 1995, pág. 91).

El segundo recurso es el dibujo. Erausquin asegura que el dibujo, “se utiliza como sustitutivo de una documentación fotográfica” y que “da también la posibilidad de interpretar al personaje (...)” (Erausquin, 1995, pág. 92). En nuestro contexto, el diario Extra usó ilustraciones basadas en obras literarias como *Un hombre muerto a puntapiés* y *El antropófago*, textos con características violentas, y los reprodujo en sus páginas. Además, en ocasiones, ha graficado hechos noticiosos que fueron parte de sus portadas².

Finalmente, Manuel Alonso Erausquin concluye dándole tres modalidades a la fotografía, que tomaremos para el análisis de nuestro objeto de estudio: como material testimonial, como ilustración documental y como “creación expresamente realizada en estudio o en la calle (pero “dramatizada”) para servir de acompañamiento (...)” (Erausquin, 1995, pág. 92).

² Las obras citadas son adaptaciones que hizo Diario Extra de dos de las obras literarias más importantes de Pablo Palacio. Estas dos obras se caracterizan por la construcción de personajes violentos. *Un hombre muerto a puntapiés*, quizá, la obra satírica más conocida sobre la crónica roja en el Ecuador.

Para nuestro análisis, definiremos a la fotografía como la imagen que tiene fidelidad, complejidad y concreción; que tiene un criterio de verdad que, dependiendo las competencias que tenga el receptor, entenderá como veraz. Además, forma parte de la línea editorial de los periódicos y, en mayor o menor medida, es usada como trasmisora de información. Muchas veces no requiere de un texto que tenga correspondencia con lo que expresa. Finalmente, es una imagen que es susceptible de diversas interpretaciones que dependerán de una intención del emisor, del contexto en el que viva el receptor y de los recursos que se usen a la hora de transmitirla.

Por tanto, nuestro objeto de análisis, ya justificado al comienzo de esta investigación, tendrá como contexto las páginas de un diario considerado sensacionalista, que hace uso de varios recursos visuales. La imagen, de la que hemos escogido conceptos que delimitan la línea de investigación que seguiremos, es la principal herramienta de nuestro objeto de estudio, por lo que, más adelante, deberemos proponer un marco teórico que explique cómo opera, para un futuro análisis.

CAPÍTULO II

Lorenzo Vilches: el texto icónico-verbal, medio privilegiado

Una vez concluida la contextualización del sensacionalismo y las características generales de la fotografía, como elemento importante en la construcción de los medios de comunicación impresos, procederemos a definir a la imagen como texto cultural, sus componentes, la intención de sus autores y la metodología propuesta para su análisis. Este capítulo busca delimitar el marco teórico que servirá para la lectura de las imágenes del objeto de estudio elegido.

Es necesario comprender, para efectos metodológicos, que una imagen no es un reflejo de la realidad, al menos no de una absoluta. Esta funciona como un espejo en el que también se ve la imagen del espectador. Por lo tanto, al contener el reflejo de un espectador, está atravesada por factores culturales, por ende, deberá estudiarse como un texto cultural, según Lorenzo Vilches en su obra *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión* (1992).

Estos textos visuales son un juego de componentes formales y temáticos, según Vilches, y obedecen a reglas específicas que cumplen durante su construcción. (Vilches, 1992). Tienen tres componentes básicos: un Autor – que crea el texto cultural mediante el uso de ciertas técnicas – un texto, que es el mensaje, y un lector modelo. Este lector modelo, aunque no cobrará protagonismo en nuestro análisis, es esencial, pues representa la idea que el autor tiene de quienes serán los receptores de su texto visual. A este proceso que mantienen los componentes se lo entiende, según Vilches, bajo el fenómeno de la percepción, que tiene relación con la teoría de la lectura de la imagen (Vilches, 1992, pág. 11)

Es necesario, después de esta explicación general, entender que un texto cultural, por ejemplo, una fotografía, adquiere significación por un juego dialéctico entre productor y observador; de lo contrario, sería un trazo visible y un proceso mecánico y psicoquímico. (Vilches, 1992, pág. 14). Con base en este aspecto, Vilches considera oportuno que se entienda al iconismo, desde su concepción con Pierce, hasta la posible relación del objeto, del tipo convencional. Aquí Vilches

llega a la necesidad de entender la semejanza, que decide dividir en cuatro grupos: por *comparación*, por *recuerdo*, por *confrontación* y por *analogía*. Sobre esto no entraremos en detalle, pero es necesario aclararlo, pues forma parte de un concepto mayor que explicaremos más adelante en el texto. La motivación de definir esto en nuestro análisis es la conclusión de Vilches de que la iconicidad es una semejanza (Vilches, 1992, pág. 25)

Vilches asegura, entonces, que en toda imagen hay una proposición. En toda proposición se ve una imagen modelo, y en toda imagen modelo se ve una proposición. (Bild en Vilches, 1992, pág. 24). En definitiva, el concepto que manejaremos sobre el iconismo, en relación con la imagen, es el que Vilches define. El autor propone que “Las imágenes no se representan en forma directa por medio de objetos, sino por medio de operaciones materiales, perceptivas y reglas gráficas y tecnológicas. Pero la materialidad ha de tenerse en cuenta en su relación directa con la representación.” (Vilches, 1992, pág. 28)

De acuerdo con esta concepción de iconicidad, y con base en una definición previa de la imagen como un texto, tenemos que entender ciertas características fundacionales de ese texto. La primera, según Vilches, es que el texto – aquí, el autor se basa en los estudios relevantes previos, como la semiótica estructuralista, la lingüística textual o la pragmática – es el medio privilegiado por las intenciones comunicativas. Vilches dice que “es a través de la textualidad donde es realizada no sólo la función pragmática de la comunicación, sino, también, donde es reconocida por la sociedad. (Vilches, 1992, pág. 31)

Este texto del que habla Vilches es un “todo discursivo coherente”. Y al ser un todo discursivo que forma parte de un acto de comunicación – con sus tres componentes, ya mencionados antes – se debe entender que en el acto no se producen ni palabras, ni frases, sino textos. Por lo tanto, el texto, según Vilches, es la escritura que produce la expresión oral, y además tiene una función delimitativa. Y esto hace que el texto funcione como corpus de análisis. Esto nos permitirá comprender una “fotografía-texto” como un corpus, del cual podremos construir unidades de análisis. Sobre esto, Vilches plantea que el texto “tiene una

implicación de pertinencias que no dejará de tener consecuencias prácticas en el momento de estudiar ciertas semióticas: (...) en el estudio de una fotografía de prensa pueden hallarse dos niveles de texto: el icónico (...) y el verbal”. Es decir, que en el texto hay una contradicción de elementos, correspondientes al todo discursivo – o no – que van a reflejarse a la hora de una lectura de los signos de un texto icónico-verbal. Además, dice que el texto puede ser estudiado como un conjunto de procedimientos que determinan un “continuo discursivo” (Vilches, 1992, págs. 32, 33)

En definitiva, una fotografía puede ser estudiada como un texto, a partir del análisis de su nivel de expresión y su nivel de contenido. El objetivo de los textos visuales – y culturales, como dijimos en principio – es alcanzar cierta coherencia.

Hasta aquí, podemos hacer un recuento de lo conceptualizado, con un ejemplo relacionado a nuestro objeto de estudio. Las fotografías de Extra, por lo tanto, pueden considerarse un corpus, junto con su pie de foto. Podemos ver la imagen 1, que tiene un pie de foto incluido en la fotografía – hecho que, quizá, grafica mejor la idea del corpus – la fotografía muestra una niña con las manos abiertas y, en la izquierda, el cuerpo de otra persona, de pie, que ubica su cuerpo en dirección a la niña.

No analizaremos a fondo las fotografías en el diario, sino hasta el tercer capítulo, este ejemplo sirve para comprender de la fotografía pueden desprenderse unidades de análisis como la posición de la persona de pie, la posición de las manos de la niña y su significado connotativo – que puede entenderse como una expresión cultural y, por ende, convencional. Este es un primer acercamiento a las nociones anteriormente conceptualizadas.



Imagen 1. Una estudiante. (Extra, 2015, pág. 3)

Ahora bien, este ejemplo resalta, sobre todo, la coherencia textual que habíamos conceptualizado. Sobre esta, Vilches dice que es una propiedad semántico-perceptiva y permite la *actualización*, o, en otras palabras, la interpretación por parte del destinatario. Esta coherencia tiene, según Lorenzo Vilches, dos ejes. El primero, el de la imagen y su relación con el iconismo y la realidad; el segundo, el semántico, que es un estudio del significado. Aquí entran en juego las isotopías, que Vilches define como construcciones semióticas generales (Vilches, 1992, pág. 34). Esta coherencia textual no puede ser estudiada sin una competencia discursiva por parte del lector de la imagen – aspecto que le permite interpretar, como aclaramos algunas líneas atrás.

Esto hace que Vilches llegue a la conclusión de que un texto visual, que se construye para estar en relación con los medios de comunicación de masas, tiene que tener, al menos, cinco niveles productivos, que detalla en su obra y de los que tomaremos solo los aspectos pertinentes para nuestro objeto de análisis. Uno de ellos es el nivel de la expresión, del cual define algunos puntos, que tomaremos en cuenta.

El primero, el *Nivel de producción material de la imagen* (Vilches, 1992, pág. 35): en este nivel se manipulan colores, tonos y formas; aún no tienen un significante. En el caso de la fotografía de Extra, es el proceso de consecución de la imagen. El

quinto, los *Niveles intertextuales* (Vilches, 1992, pág. 37): este texto se puede entender como contextual; el lector puede usarlo para desambiguar un texto visual. Este nivel será de mucha importancia más adelante, en nuestro capítulo de análisis. El séptimo, *El género como mecanismo macrotextual*: sobre este punto, Vilches dice que “nos encontramos con grandes estructuras textuales y discursivas que pueden coincidir con un filme, un programa televisivo (...)”. Finalmente, las *Tipologías de géneros*: a este punto, Vilches lo define como “verdaderos mecanismos de funcionamiento social”. Además, asegura que los géneros tienen estrategias comunicativas, relacionadas con: “sistemas de producción económicos, ideológicos, estéticos (...) geográficos” (Vilches, 1992, págs. 38, 39).

Todos estos niveles productivos del texto visual pueden relacionarse en Diario Extra. Para citar un ejemplo, una imagen fotográfica del diario requirió de un nivel de producción de colores, tonos y formas; tiene un nivel intertextual que le da un contexto que, de acuerdo a la competencia del lector, eliminará una posible ambigüedad; muchos de esos textos visuales tienen un mecanismo macrotextual; y, además, todas sus imágenes son mecanismo de funcionamiento social. Un ejemplo es la sección “En carne ajena” – que analizaremos con mayor profundidad y herramientas en el capítulo tres –: tiene un contexto, generado por su nombre; responde a un género, que representa la estrategia comunicativa del diario.



Imagen 2. En carne ajena. (Extra, 2015, pág. 22)

Coherencia visual

Ahora bien, una vez delimitada la forma en la que opera una imagen, basados en el enfoque teórico de Vilches, bajo la que vamos a trabajar, corresponde preguntarse si dichas fotografías tienen una coherencia visual. En este momento, usaremos definiciones del propio Vilches que parten de las estructuras básicas de la fotografía, para, con base en ellas, construir un concepto adecuado de coherencia visual. Según Vilches, “estudiar la imagen como un discurso visual exige, al mismo tiempo, analizar la organización lógico-semántica de las isotopías que aseguran su coherencia tanto en el plano de la expresión como en el del contenido” (Vilches, 1992, pág. 39). Las isotopías son la unión de distintos semas – que son unidades mínimas de contenido. Además, pueden funcionar en la expresión y el contenido, designando iteraciones – repeticiones – de una unidad semiótica, según Vilches. Estas isotopías pueden tener esa característica o pueden relacionarse con categorías sémicas, temáticas o figurativas. Por lo tanto, la coherencia visual es la conexión, en el caso de un texto icónico-verbal, de elementos del plano del contenido, con elementos de la expresión, ambos, representados por isotopías. Nos permite entender qué se está percibiendo o leyendo.

Sobre esta distinción, tomaremos la reflexión de Vilches, que asegura que “el texto visual se forma gracias a una negociación entre diversas variables que determinan la isotopía producida”; además que “la interpretación del lector sobre la imagen no es un fenómeno exclusivamente perceptivo; también supone una competencia lingüística” (Vilches, 1992, pág. 42).

Esto nos lleva a entender a la fotografía y su superficie textual. El primer elemento que Vilches decide interpretar es el contraste. El autor asegura que puede ser entendido de dos formas: como categoría visual y como categoría de la forma, que se refieren a su nitidez – o no – y a la figura y el fondo. Este concepto se entiende como un primer nivel de lectura de la fotografía. Todo este apartado engloba algunos otros conceptos como los claros y sombras y el claroscuro, qué forma

parte del plano de la expresión y qué, según su ubicación en el espacio fotográfico, tendrán la característica de isotopía.

La segunda estructura de la imagen es la escala. Esta se refiere a los objetos que ocupan el espacio de la foto y los distintos tamaños que estos objetos tienen; además, se refiere a la distancia entre los objetos y la cámara que los capta. Dependiendo del tamaño del objeto, la escala será mayor o menor. Partiendo de esta estructura, Vilches asegura que se llega a una tipología de los planos. Estos planos, los ya conocidos, principalmente en el cine, podrían “denotar una cierta exterioridad (o distanciamiento)” o “una cierta interioridad (o subjetividad)” (Vilches, 1992, pág. 54).

Esta propuesta que hace Vilches, sobre cercanía- lejanía, distanciamiento-subjetividad, además de la propuesta de estudio de los planos como deixis (tipo de actualización de competencias que poseen los sujetos de la comunicación verbal-visual) se pueden entender mejor con un cuadro semiótico que propone el autor. El cuadro presenta dos polos opuestos, en este caso: cercano-lejano. Esos dos polos no pueden juntarse, pero con la inclusión de un término medio, equilibrado, pueden, dependiendo de su intensidad, acercarse a uno de estos dos polos.

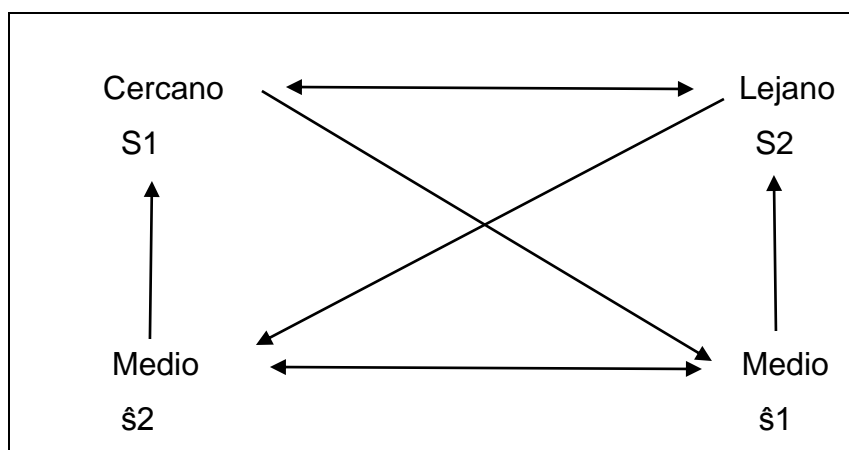


Gráfico 1. Elaboración propia a partir de *Cuadro semiótico* (Vilches, 1992, pág. 52)

A esto se le suma la instancia de la enunciación de la que habla Vilches, y sus coordenadas espaciales: “aquí” y “allá”. Estas coordenadas espaciales pueden significar cercanía o lejanía con los objetos representados. Estamos, entonces, ante una propuesta de análisis de primer nivel de una fotografía.



Imagen 3. El arma. (Extra, 2015, pág. 10)

En la imagen tres, vemos la fotografía y su texto en una página de diario Extra de Noviembre de 2014. El inicio del pie de foto dice “EL ARMA”, que, en este caso, puede funcionar como la coordenada espacial de “aquí”, que denota subjetividad. Vemos un primer plano del arma, que denota cercanía entre el objeto y el lector.



Imagen 4. (Extra, 2015, pág. 17)

En la imagen 4, una fotografía de diario Extra, de diciembre de 2014, en el pie de foto se lee "... en Nueva York". Este pie de foto puede funcionar como la coordenada espacial de "allá"; vemos un plano de conjunto, que, según el cuadro semiótico recientemente expuesto, funcionaría como un equilibrio entre cercanía y lejanía. Sin embargo, debido al pie de foto, puede verse más relacionado a la lejanía. La fotografía responde a un hecho noticioso de relevancia para la fecha en la que el diario la expuso, es por esto que, junto con los elementos de la expresión (cercanía-lejanía), el lector puede identificar isotopías – por ejemplo: la bandera de Emelec – y junto con los planos, realizar una deixis, positiva o negativa, según la distancia, pero que no emita un juicio de valor. Esto responde a "categorías jerárquicas del tipo exterioridad (...) o interioridad" según Vilches. (Vilches, 1992, pág. 54)

Ya nos acercamos a algunos ejemplos, donde hicimos un primer análisis. Sobre este análisis de la imagen, Vilches refuerza conceptos diciendo que la lectura de la imagen funciona como un barrido. Además, agrega que "esta lectura es más bien discontinua, con detenciones, vueltas atrás, vacilaciones, que el lector realiza constantemente sobre la superficie visual" (Vilches, 1992, pág. 63).

Una vez analizado el plano de la expresión, entraremos en el plano del contenido, en el que hablaremos de unas *Unidades del contenido visual*. Aquí, Vilches se refiere a la isotopía semántica y su relación con el plano del contenido. Además, esta tiene que ver con la coherencia interpretativa del texto visual. Esta coherencia tiene dos condiciones: Yuxtaposición y composición. La primera define el momento en que encontramos semas idénticos en el texto. La segunda se refiere a la ausencia de semas exclusivos en el orden sintáctico y lógico, según Vilches (Vilches, 1992, pág. 64). Sin embargo, el autor nos recuerda la dificultad de determinar el estatus de los semas en la imagen.

Vilches asegura que en la imagen no existe una representación sobre una noción abstracta, sino que se define el significado de la expresión icónica y, por lo tanto, se hace un análisis sémico. A partir de este concepto, Vilches asegura que "estudiar el problema de las isotopías figurativas es (...) estudiar el espacio textual

donde se enclava una variación de lecturas y donde es posible detectar una intencionalidad comunicativa” (Vilches, 1992, pág. 64).

El autor aclara que la imagen isotópica sería la decodificación – pues ya habíamos aclarado que la isotopía consiste en la unión de semas – “que se detiene sobre una figura u objeto representado” (Vilches, 1992, pág. 64). Con base en esto, Vilches plantea la posibilidad de dividir en dos las categorías de una ruptura isotópica – este, consideramos, el segundo elemento de análisis de nuestro objeto de estudio – o alotópica.

Esas dos categorías son: Imágenes de alotopía proyectada y de alotopía dada.

Las primeras, Vilches las define como imágenes alegóricas basadas sobre una convención iconográfica. Sobre estas, los diarios, sensacionalistas o “serios”, en nuestro caso, Extra, están llenos de ejemplos. Vilches menciona la vida y la muerte como ejemplos de esta categoría.

La segunda categoría, de alotopía dada, se sub divide en *no significativa* y *significativa*. Las no significativas se refieren a distorsiones en la expresión, por ejemplo: fotos mal enfocadas, subexpuestas, etc. Las significativas se refieren a un elemento extraño en la imagen. Este elemento es el punto de partida, según Vilches, para que, sobre la imagen, el lector haga una reinterpretación. El autor dice que en este momento se estudia la polisemia, que son las interpretaciones – previstas o no – por parte del autor, que dan lugar a una ambigüedad, que, además, solo se resuelve “en la aplicación de un punto de vista de coherencia discursiva.” (Vilches, 1992, pág. 65)

Coherencia textual

Esto nos permite explicar tres reglas de la coherencia textual, a partir de las isotopías del contenido – planteadas por Vilches – que consideramos parte de la metodología para nuestro futuro análisis en el capítulo tres:

La primera regla es de supresión: esta habla del hecho de que la fotografía, como aclaramos en principio, no es una representación de la realidad, sino un fragmento de fragmento, por lo tanto, nunca representa el modelo ideal de lo fotografiado.

La regla dos es de adjunción: esta se refiere al momento en que un lector mira una imagen, reconoce sus semas y, en caso de encontrar uno que no se adapte a su primer análisis, redimensionar su competencia y abducir un nuevo significado.

La regla tres es de adjunción- supresión (o construcción): en esta regla, Vilches dice que hay adjunción porque hay muchos semas – por ende, posible polisemia. Y además, una sustitución, porque las fotografías, aunque no tengan figuras que denoten cierto significado, estas quieren ser la expresión visual de tal significado. Vilches usa un ejemplo (Vilches, 1992, pág. 67) en el que se ven cuatro fotografías bajo el significado de /Andalucía/ y /parados/. Las fotografías no denotan ninguno de esos significados; sin embargo cumplen esta función de sustitución para representar ese significado. Por tanto, aquí podemos ver una intencionalidad comunicativa, de la que ya hablamos anteriormente.



Imagen 5. *Salió como entró.* (Olé, 2015)

En esta imagen, no hay nada que signifique /salió como entró/. Sin embargo, la foto busca representar lo que dice el texto. Hay un proceso de sustitución.

Estas tres reglas de coherencia textual nos remiten a otro concepto tratado por Vilches. El autor asegura que, por tanto, son necesarias unas presuposiciones pragmáticas – entendidos como criterios pragmático-comunicativos – que realiza

el lector, que sirven para delimitar criterios. Las presuposiciones pragmáticas, según Vilches, son de dos tipos: referencial e inferencial. El primero dice que “el lector tiene un modelo ideal de los objetos, personas o hechos representados que confronta con la representación icónica del texto visual propuesto.” Aquí Vilches explica que, una imagen de una campesina, que tiene a su lado un tractor, y que carga en las manos un fusil, no hará que el lector cambie el modelo de una escena campesina, sino que se preguntará qué hace un fusil dentro de dicha escena. (Vilches, 1992, pág. 68)

En nuestro caso de estudio, en diario Extra, una edición de agosto de 2014, muestra en la sección deportiva “En carne ajena” la fotografía (imagen 4) de una mujer se incrusta en un conjunto de fotografías deportivas. La mujer está vestida de azul y usa un gorro navideño. El lector, según los conceptos de Vilches, debería preguntarse qué hace la mujer ahí, pero no cambiaría su modelo inicial, que se refiere a la información deportiva.



Imagen 6. *En carne Ajena*. (Extra, 2015, pág. 16)

La segunda presuposición pragmática es inferencial. Esta dice que el lector no conoce la proposición que se presenta ante él y busca una clave interpretativa. Vilches dice que esta clave es el género, “que viene definido por la pregunta *¿qué representa la foto?*”. Esto hace que el lector use su conocimiento de las reglas del género que compete a la representación de esa fotografía, según el autor. Vilches dice que estas reglas – del género – “pertenecen al contexto y puede ser

designado por un pie de foto, un título, u otra proposición extra fotográfica” (Vilches, 1992, pág. 68) Esta puede ser tomada como otra estructura del análisis de la imagen, que usaremos más adelante.

Para su mejor comprensión, Vilches introduce el concepto de tópico – conocido como inferencia –, que está en un marco metatextual, relacionado a la pragmática y que estabiliza el tema de la representación, pues funciona como hipótesis del lector. (Vilches, 1992, pág. 68)

Vilches asegura que la percepción no se desliga de la comprensión. Para esto, introduce ciertos conceptos que nos limitaremos a enunciar. El autor cree que es necesario entender la diferencia entre *emisor* y *receptor* y *destinador* y *destinatario*. De estos dos últimos se originan el *enunciador* y *enunciatario* – este último es el productor del discurso. Vilches asegura que los enunciadores son implícitos o explícitos. (Vilches, 1992, pág. 100). Para nuestro análisis nos bastará comprender que diario Extra es el emisor, que se convierte en enunciador por sus actantes, por ende es implícito y también explícito – cuando le da voces a los actantes de la fotografía. Cuando estos actantes son explícitos, se convierten en *exhibidor* y *observador*.

El esquema 6 que hace Lorenzo Vilches (Vilches, 1992, pág. 105), que sirve para entender mejor al lector de la imagen.

RELACIÓN AUTOR/LECTOR

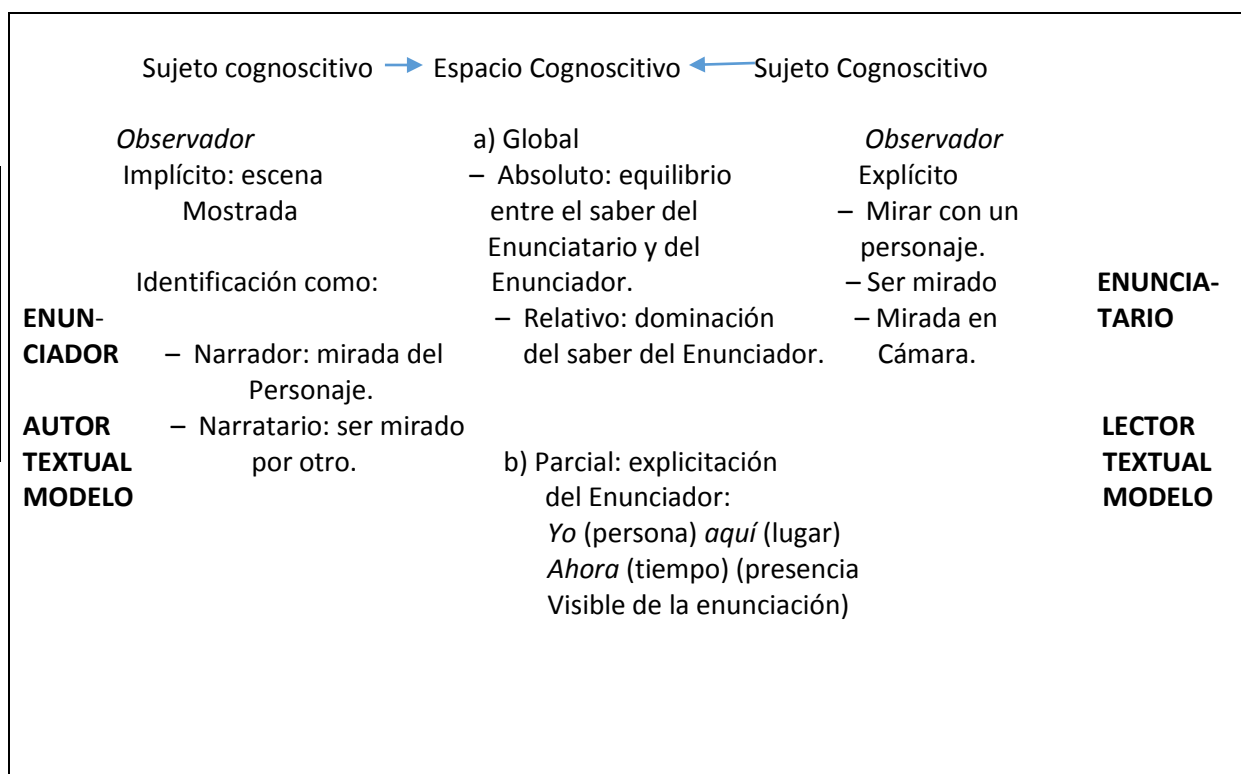


Gráfico 2. Elaboración propia a partir de *Esquema 6*. (Vilches, 1992, pág. 105)

En diario Extra, este podría ser uno de los recursos de los lectores que no tengan las competencias necesarias para comprender las secciones “En carne ajena” y “La rana que es sapo”. No es el objetivo de este trabajo comprender las posibles interpretaciones de imágenes del lector, sino su construcción. Por lo tanto, no entraremos en detalle en lo que Vilches llama “Hacer- ver” y “Ver- hacer”.

Finalmente, una vez comprendida la forma en la que opera la imagen desde sus diferentes ejes, es necesario comprender a la imagen informativa. Para esto,

Vilches cree necesario comprender su relación con los actantes de la fotografía. Estos son tres: fijos, móviles y vivientes, según el autor. (Vilches, 1992, pág. 166)

Los actantes fijos son elementos visuales estáticos como, por ejemplo, elementos de la naturaleza. En nuestro objeto de análisis, serían los estadios del país, además de otras locaciones. Los actantes móviles son naturales o artificiales, se desplazan en el espacio como, por ejemplo, los ríos o medios de transporte. En las secciones a analizar de Extra, serían las pelotas de fútbol. Por último, los actantes vivientes, que pueden ser personas (actores humanos) o animales. Estos actantes, según Vilches, pueden ser estudiados con base en “reglas de topicalización espacio-temporal” (Vilches, 1992, pág. 166).

Topicalización espacio- temporal

La primera regla se refiere a la jerarquía de los actantes. Esta jerarquía puede manifestarse en función de las relaciones que dominan los actantes vivientes sobre los otros actantes. A partir de esta regla, el autor asegura que hay una jerarquía perceptiva de focalización y una narrativa de topicalización. La primera revela la importancia o dominación de las figuras sobre los fondos. La segunda es relativa a la imagen televisiva y habla de una antropomorfización en un actor o personaje de valores o acciones y se lleva a cabo a través del espacio y el tiempo. (Vilches, 1992, págs. 167, 168). Para Vilches, estas son microestructuras visuales.

La segunda regla es de determinación del actante dominante. Esta se da con los elementos de la expresión y, aquí, Vilches habla nuevamente, de los valores semióticos – donde explica los valores de tonalidad y volúmenes y cómo afectan en la jerarquía de los actantes – que ya explicamos mediante un cuadro del autor, anteriormente.

La tercera regla, Vilches dice que, “consistiría, según lo anterior, que a igualdad de valores tonales y de volúmenes, serán los actantes vivientes los que prevalecerán en la percepción del sujeto lector. La información obtenida dará (...)

predominancia a las personas o animales sobre el resto de los actantes inanimados.”

Una vez explicado esto, Vilches llega a la conclusión de que la fotografía como género informativo no es unívoca “y su grado de información exige diversos niveles de interpretación que han de buscarse en la competencia del lector de prensa”. (Vilches, 1992, pág. 175).

Roland Barthes: Fotografía y texto

Por otro lado, Roland Barthes hace una diferenciación que puede resultar indispensable para nuestro futuro análisis. En *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. (1989), asegura que la fotografía “es inclasificable”, porque, “repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente. Este concepto se fortalece con aquel en el que Barthes asegura que no hay fotografía sin algo o alguien. (Barthes, *La cámara lúcida*, 1989, págs. 26,28)

Barthes, por lo tanto, plantea que la fotografía tiene por objeto tres prácticas: hacer, experimentar y mirar. Una vez propuestas estas tres prácticas, propone tres elementos constitutivos de la fotografía: el *Operator* (fotógrafo), *Spectator* (receptor) y *Spectrum* (la fotografía, el objeto fotografiado). De esto se deriva la idea de que “imaginariamente, la Fotografía (...) representa ese momento tan sutil en que, a decir verdad, no soy ni sujeto ni objeto, sino más bien un sujeto que se siente devenir objeto (...)” (Barthes, *La cámara lúcida*, 1989, págs. 30,34).

Esto hace que Barthes llegue a la conclusión primera, de que la fotografía es una aventura, que hace que un *Spectator* sienta que una fotografía le adviene o no. Al respecto, Barthes cita a Sartre, que dice que “Las fotos de periódicos pueden muy bien no decirme nada”. Este momento, y su proceso inverso – en el que una foto me adviene, me atrae – Barthes denomina posición de existencia. Por tanto, asegura que “la fotografía está vagamente constituida en objeto, y los personajes que figuran en ella están en efecto constituidos en personajes, pero solo a causa de su parecido con seres humanos, sin intencionalidad particular” (Barthes, *La cámara lúcida*, 1989, pág. 39)

Por tanto, la fotografía tiene que causar una sensación en el receptor para que no pase desapercibida. Esta sensación es concebida por Barthes como una herida, por sentimiento, no como una cuestión. (Barthes, La cámara lúcida, 1989, pág. 42). Este sentimiento le da esa existencia, de la que hablaba Barthes, a la fotografía; asegura que esto ocurre por la copresencia de dos elementos discontinuos, heterogéneos. Esta copresencia es una posible atracción, producto de una dualidad (Barthes, La cámara lúcida, 1989, pág. 44).

En este punto, es necesario recordar que nuestro objeto de análisis y nuestra intención están relacionadas con el mensaje que es producido por un emisor y recibido por un lector. No entraremos en detalle en la percepción del mensaje por parte del lector.

Bien, en su análisis, Barthes llega a una primera nota sobre la fotografía. Asegura que es trivial. Pero con base en esta aseveración, hace una división de estudio de la fotografía, para lo que toma dos elementos: el *Studium* y el *Punctum*. El *Studium* es una extensión de un campo, relacionado con el saber, con la cultura del *Spectator*. Este campo siempre está regido por una información clásica. Si tomamos el ejemplo del propio Barthes, una fotografía de Nicaragua, muestra a militares en medio de un conflicto bélico. El *Studium* es la insurrección, Nicaragua, calles en ruinas, etcétera. Ahora tomemos un ejemplo propio.



Imagen 7. (Extra, 2015) Recuperado de <http://www.extra.ec/>

En la imagen vemos elementos claves que, como *Spectator*, usamos para un primer análisis de la fotografía. Crimen, muerte, policía, espacio público. Esto, según Barthes, no quiere decir, exactamente, estudio, “sino la aplicación a una cosa, el gusto por alguien, una suerte de dedicación general (...) pero sin agudeza especial.” El *studium*, según el autor, es un interés vago. (Barthes, La cámara lúcida, 1989, pág. 45).

En contraposición al *Studium*, Barthes propone al *Punctum*. Esta palabra en latín, expresa, según el autor, la herida que había propuesto que debe causar la fotografía en el *Spectator*. El *punctum* es, entonces, en la fotografía, “ese azar que en ella me *despunta* (pero que también me lastima, me punza).” (Barthes, La cámara lúcida, 1989, pág. 46). Pero el detalle no es el único modo de emplear el *Punctum*. El tiempo, según el autor, es otro tipo de *Punctum*, con base en el noema de la fotografía, que explicaremos más adelante. Este concepto se explica con una fotografía de Alexander Gardner, que cita el autor; en la fotografía se ve un hombre que está a punto de ser ejecutado. Por tanto, la conclusión es que “él ha muerto y él va a morir” (Barthes, La cámara lúcida, 1989, págs. 107,108).

Con base en estos conceptos, el *Operator* tiene como objetivo sorprender a algo o alguien, generando un gesto que desconoce, incluso, el mismo actor fotografiado. A este proceso, Barthes lo llama el “choque fotográfico”. Este choque son sorpresas que se generan en el *Spectator*; éxitos en el *Operator*. Barthes clasifica las sorpresas en cinco principales³.

Para nuestro objetivo, tomaremos solo la quinta sorpresa; sin embargo, las otras cuatro sorpresas están detalladas en la obra de Barthes. La sorpresa que nos interesa es la del hallazgo. Barthes explica, con un ejemplo, que una escena puede ser preparada por un fotógrafo; pero en los medios ilustrados se mira como una escena natural que el reportero tuvo la habilidad de sorprender. Esta, junto con las otras sorpresas, responden a un principio de desafío, según Barthes. Este

³ Las 5 sorpresas son: lo raro, el *numen* del cuadro, la proeza, las contorsiones de la técnica, el hallazgo. Véase (Barthes, La cámara lúcida, 1989, págs. 51, 52)

consiste en que el fotógrafo “debe desafiar las leyes de lo probable e incluso de lo posible (...) la foto se hace “sorprendente” a partir del momento en que no se sabe por qué ha sido tomada”. (Barthes, *La cámara lúcida*, 1989, págs. 51,52).

Ahora bien, una vez comprendidos estos conceptos, Barthes introduce la idea de la fotografía unaria. Este tipo de fotografía surge, según el autor, del momento en que hay un *Studium* que el *Spectator* reconoce, pero no hay un detalle que le atraiga. Por tanto, “la Fotografía es unaria cuando transforma enfáticamente la “realidad” sin desdoblarla (...) tiene todo lo que se requiere para ser trivial.” (Barthes, *La cámara lúcida*, 1989, págs. 58,59). Por lo tanto, Barthes considera que las fotografías de reportaje son, con frecuencia, unarias.

Para que la foto no sea “cualquiera”, debe tener “algo”, dice Barthes (Barthes, *La cámara lúcida*, 1989, pág. 66). Esto ocurre en la fotografía, porque tiene dos voces: la trivialidad y la singularidad, según el autor. A su vez, esto se explica por una “doble posición conjunta” entre la realidad y el pasado. Estos conceptos producen el “noema” de la fotografía: “esto ha sido” (Barthes, *La cámara lúcida*, 1989, págs. 90, 91).

Barthes asegura que la fotografía ratifica lo que representa, es “indiferente a todo lo añadido (...) es la autentificación misma (...) la fotografía solo es laboriosa cuando engaña”. Esta es la diferencia que encuentra el autor con respecto al lenguaje, pues el autor lo considera “ficcional por naturaleza”. Barthes dice que “para intentar convertir el lenguaje en ficcional es necesario un enorme dispositivo de medidas” (Barthes, *La cámara lúcida*, 1989, págs. 98,99).

Retórica de la imagen

En su obra *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces* (1992), Barthes hace tres observaciones sobre *El texto y la imagen*, que, asegura, son técnicas, no unidades. En la primera observación dice que “el texto constituye un mensaje parásito, destinado a comentar la imagen (...) a “insuflar” en ella uno o varios significados segundos”. Por tanto, “en sus relaciones actuales, la imagen no

aparece para iluminar o “realizar” la palabra, sino que es la palabra la que aparece para sublimar, hacer más patética o racionalizar la imagen”. Esta función hace que se efectúe una amplificación de la imagen por parte del texto. El autor asegura que “en efecto, la mayoría de las veces el texto no hace sino amplificar un conjunto de connotaciones que ya están incluidas en la fotografía” (Barthes, 1992, págs. 21-23)

Ya que la imagen, según una antigua etimología, tiene relación con la raíz *imitari*, Barthes se plantea si esta tiene una representación analógica o será capaz de producir sistemas de signos. Para esto, el autor propone que se estudie la imagen publicitaria, que tiene, de seguro, un carácter intencional. (Barthes, 1992, pág. 30) Escogemos, al igual que Barthes, esta línea de análisis, por la intencionalidad del mensaje, no por su carácter publicitario. En este mensaje publicitario, el autor reconoce la existencia de un signo típico – el signo verbal – junto con otros dos – los signos icónico y gestual. Estos signos son parte del estudio de *Los tres mensajes* (Barthes, 1992, pág. 30) que emprende el autor.

De estos mensajes estudiaremos el mensaje lingüístico; sin embargo, es necesario establecer que, del mensaje icónico, se desprenden, según el autor, el mensaje cultural y literal – el primero, impreso sobre el segundo, que funciona como soporte del mensaje simbólico – que serán estudiados como imagen denotada e imagen connotada.

Sobre el mensaje lingüístico, Barthes dice que “en cuanto a la comunicación de masas (...) está presente en todas las imágenes: bien bajo la forma de titular, texto explicativo, artículo de prensa, diálogo de película o globo de cómic”. Una vez entendido esto, propone dos funciones del mensaje lingüístico: la función de anclaje y la de relevo. Para esto, recordamos que toda imagen tiene polisemia – ambigüedad, como explica Vilches - ; “una *cadena flotante* de significados, de la que el lector permite seleccionar unos determinados e ignorar todos los demás” (Barthes, 1992, pág. 35).

Entonces, Barthes dice que al nivel del mensaje literal, la palabra responde a la pregunta ¿qué es eso? Esta es una función denominadora, que sirve de anclaje

de los sentidos posibles (denotados) del objeto, por medio de la nomenclatura. Esto hace que el lector reciba un “nivel adecuado de la percepción”. En el nivel simbólico, el mensaje lingüístico pasa de ser guía de identificación a guía de interpretación, impidiendo que los sentidos connotados proliferen. El autor asegura, entonces, que “el texto conduce al lector a través de los distintos significados de la imagen, le obliga a evitar unos y a recibir otros”. Para el autor, el anclaje es frecuente en la fotografía de prensa y en la publicidad. (Barthes, 1992, pág. 36).

Por otro lado, la función de relevo es rara en la imagen fija, dice el autor, aunque se encuentre, sobre todo en el humor gráfico y el cómic. Barthes dice que “en estos casos, la palabra (casi siempre un fragmento de diálogo) y la imagen están en relación complementaria”, es por esto que, para el autor, las palabras son fragmentos de un sintagma más general, que está en la misma categoría de que las imágenes. Además, “la unidad del mensaje tiene lugar a un nivel superior: el de la historia, la anécdota, la diégesis”. La diégesis, según la Real Academia Española es “en una obra literaria, desarrollo narrativo de los hechos”. Esta palabra- relevo cobra importancia en el cine, donde no solo tiene una función elucidatoria, sino que permite avanzar la acción, según Barthes. (Barthes, 1992, pág. 37).

Barthes asegura que estas dos funciones del mensaje lingüístico pueden coexistir en un mismo conjunto icónico, “pero el predominio de uno u otro no es indiferente”. Cuando, según el autor, la obra tiene un valor diegético, la información resulta más trabajosa; cuando tiene un valor sustitutivo “la imagen es la que soporta la carga informativa, y como la imagen es analógica, la información, en cierto sentido, es más “perezosa”” por lo tanto, Barthes dice que “en ciertos cómics destinados a una lectura “acelerada”, la diégesis aparece confiada en su mayor parte a la palabra, mientras que la imagen recoge informaciones atributivas”. Estas informaciones son, según el autor, status estereotipados de los personajes. Esto hace que coincida el mensaje trabajoso con el discursivo, y así evitar al lector el

aburrimiento de las descripciones verbales que ya se confían a la imagen. (Barthes, 1992, págs. 37, 38).

A estos conceptos que hemos tomado, es necesario añadirle tres niveles de sentido que propone Barthes: el nivel informativo, el nivel simbólico y el nivel de la significancia. Ampliaremos el tercero, no sin antes entender, según la explicación del autor, que el nivel simbólico es obvio – es decir, que va por delante – e intencional, porque no distrae el sentido, sino que lo acentúa. (Barthes, 1992, págs. 51,54)

El nivel de la significancia, entonces, es el que Barthes denomina como obtuso, pues, “desde un punto de vista analítico tiene una aspecto irrisorio; en la medida en que se abre al infinito del lenguaje, resulta limitado para la razón analítica; es de la misma raza de los juegos de palabras, de las bromas”. Para Barthes, este sentido consiste “en borrar los límites entre la expresión y el disfraz” Este sentido obtuso conlleva una cierta emoción, dice el autor; una “emoción-valor”, una valoración (Barthes, 1992, págs. 52, 55, 59).

A este análisis propuesto, debemos añadir una nueva perspectiva, que, aunque no es parte de la línea de investigación planteada, está inmersa en las imágenes que serán parte del objeto de estudio y, por ende, merece ser señalada. Como vemos, la imágenes operan, principalmente, a partir de un contexto en el que un emisor produce determinado mensaje, y el receptor, mediante ciertas competencias, logra decodificar el mensaje que se le ha propuesto mediante la imagen. En nuestro objeto de estudio vimos cómo operan estas imágenes y sus textos. Sin embargo, el contexto en el que estas se construyeron nos lleva a comprender que los textos icónico-verbales analizados están atravesados por el humor; este aspecto será parte de las competencias que debería tener el receptor a la hora leer las imágenes aquí analizadas.

Con respecto al humor, Umberto Eco, en *Lo cómico y la regla* (1980), dice que “lo cómico parece ligado al tiempo, a la sociedad, a la antropología cultural.” (Eco, 2011). Por esto, se entiende que, lo que en nuestra sociedad puede ser cómico, en otros lugares, no. Eco propone que lo cómico reside en la violación de una

regla, por parte de un personaje, sobre el cual sus espectadores sienten superioridad. Esta regla, de carácter social, se da por descontada – aspecto que diferencia lo cómico de lo trágico – por tanto, su quebrantamiento resulta cómico en los espectadores. Estas reglas que se rompen sin mencionarlas, son, según Eco, “Ante todo, las comunes, es decir, las reglas pragmáticas de interacción simbólica, que el cuerpo social debe considerar como dadas.” Además, Eco recurre a las reglas de conversación de Grice para explicar, con base en ellas, qué situaciones se vuelven cómicas por la ruptura de las reglas. (Eco, 2011)

La primera, la máxima de cantidad, que pide que la contribución de uno de los actores sociales del proceso comunicativo sea tan informativa como requiera la conversación. Si esto no ocurre, viene lo cómico. En nuestro objeto de estudio, los actantes de las fotografías explican una situación con excesiva información, lo que hace de la imagen un elemento cómico.

La segunda máxima, de calidad, propone no decir lo que se crea que es falso; y no decir nada de lo que no se tenga pruebas adecuadas. En “La rana que es sapo” y “En carne ajena”, los actantes dicen, o parecen decir, cosas que no son ciertas, sin pruebas adecuadas. Este es otro elemento cómico en las dos muestras.

La máxima de relación, que pide ser pertinente en la conversación. En nuestro objeto de estudio no se ve pertinencia en lo dicho por los actantes, otra característica de lo cómico. Finalmente la máxima de manera, que pide que se evite expresiones oscuras y ambiguas. En las muestras de análisis, el texto lingüístico que acompaña a las imágenes tiene expresiones ambiguas con respecto a las imágenes.

Entonces, para Eco, lo cómico “parece popular, liberador, subversivo porque concede licencia para violar la regla. Pero la concede precisamente a quien tiene interiorizada esta regla hasta el punto de considerarla inviolable. La regla violada por lo cómico es de tal manera reconocida que no es preciso repetirla.” (Eco, 2011).

Este acercamiento a lo cómico, aunque no está profundizado, ya que no es determinante en esta investigación, tiene relación con el nivel simbólico – obtuso – propuesto por Barthes, pues, tiene relación con “los juegos de palabras, las bromas” (Barthes, Lo obvio y lo obtuso, 1992, págs. 52, 55, 59).

CAPÍTULO III

Análisis icónico y verbal

La muestra que analizaremos, utilizando la metodología expuesta en el capítulo anterior, ha sido elegida debido a su construcción, ya que está cargada de imágenes que podrían utilizarse en diarios “serios”, pero, a la vez, acompañadas de textos que generan nuevas interpretaciones sobre las fotografías, en los receptores de las mismas. Por lo tanto, servirá para demostrar cómo funciona la relación entre la imagen y el texto en la fotografía de prensa.



Imagen 8. *En carne ajena*. (Extra, 2015, pág. 22)

Ahora bien, este análisis se propone desglosar cada imagen de la muestra “En carne Ajena” para esclarecer conceptos propuestos, por los autores escogidos, en la metodología. Además, usaremos la muestra “La rana que es sapo” – también llamada “Fútbol sin estrés”, en otras ediciones – para comprobar la función del texto en la imagen fotográfica.

En primer lugar, vale recordar que, de acuerdo con Vilches, tomaremos el concepto de “texto cultural” y, por ende, “texto icónico-verbal” (Vilches, 1992, pág. 9). Por lo tanto, entenderemos a las muestras “En carne ajena” y “La rana que es sapo” como textos culturales que forman parte de un proceso comunicativo, que tiene un autor y un lector modelo.

El primer análisis de nuestro objeto de estudio es el de la condición de coherencia de la imagen. Esta condición es de *composición*, pues hay una ausencia de semas exclusivos – que son unidades mínimas de significado – en el orden sintáctico y lógico de la imagen. Este concepto se justifica porque, ya que no hay representaciones de nociones abstractas, el análisis de la imagen es sémico y pertenece al plano icónico, según Vilches (Vilches, 1992, pág. 64). Para esto, tomamos con referencia la imagen donde tres actantes – también llamados personajes o actores – están en la composición de la fotografía; uno de ellos habla de “Belleza” y “glamour”. Estas son nociones abstractas, pero se vuelven parte de un análisis sémico.



Imagen 9. *En carne ajena*. (Extra, 2015, pág. 22)

Además de las condiciones de coherencia en la imagen, se puede ver, en las imágenes de la muestra, lo que Vilches llama “Tipología discursiva en mensajes visuales”. Esta tipología tiene dos categorías. La primera que encontramos en la muestra es la de imágenes de altopía proyectada, pues esta categoría explica que, los textos culturales de los que habla Vilches, en ciertos casos, tienen imágenes alegóricas basadas sobre una convención iconográfica. Un ejemplo sobre esta categoría es la siguiente imagen:



Imagen 10. *En carne ajena*. (Extra, 2015, pág. 22)

En esta imagen se ve a uno de los actantes con los ojos cerrados. Esta expresión facial es una convención iconográfica del llanto, de un lamento. De esto se vale el autor y escribe texto acorde a dicha expresión.

Encontramos imágenes de Alotopía dada, significativa. Esta categoría aparece porque se encuentra un elemento extraño en la imagen, que produce polisemia y genera interpretaciones – previstas o no, según Vilches (Vilches, 1992, pág. 65) – y ambigüedad, que se resuelve cuando el lector aplica un punto de coherencia discursiva. Por lo tanto, cuando esta categoría aparece, el lector de la imagen se ve obligado a hacer una reinterpretación, con ese elemento extraño como punto de partida.

Para ejemplificar el concepto, tomamos una imagen de nuestro objeto de estudio, en donde uno de los actantes de la fotografía tiene un texto que representa lo que él ha dicho. Este parece ser un elemento extraño para el lector de la imagen que, recordamos, es un lector modelo – concepto que adopta Vilches del “Lector in fabula” de U. Eco (Vilches, pág. 10) – por ende, con ese elemento extraño, el lector hace una reinterpretación de la imagen y genera nuevas competencias para dar lectura al texto.



Imagen 11. *En carne ajena*. (Extra, 2015, pág. 22)

Otro ejemplo está en la muestra “La rana que es sapo”, en una edición del 22 de enero de 2015, donde hay una imagen de un actante, que es una figura reconocida del deporte ecuatoriano. El texto que acompaña la imagen no parecería ser una declaración real de dicho actante, por lo que el lector reconoce el elemento extraño y reinterpreta la imagen.



Imagen 12. *La rana que es sapo*. (Extra, 2015, pág. 22)

Ahora bien, hay ciertas reglas de coherencia textual que plantea Vilches, que sirven para entender mejor nuestro objeto de estudio. La primera regla es de supresión. Esta regla es la esencia de la muestra, pues explica que la fotografía es un fragmento de fragmento, por lo tanto, no representa de forma total un modelo

ideal de lo fotografiado, según Vilches (Vilches, 1992, pág. 65). Cualquier fotografía de prensa serviría para ejemplificar este concepto, así que tomaremos la siguiente:



Imagen 13. *La rana que es sapo*. (Extra, 2015, pág. 22)

En esta imagen es evidente el concepto antes planteado, pues el autor ha elegido un encuadre específico, lo que elimina un modelo ideal de lo fotografiado, pues no sabremos nunca que es lo que hubo fuera de la fotografía, aunque lo supongamos. A este concepto lo emparejamos con el concepto de escala, propuesto por Vilches, en donde el uso de los planos, propios del cine, sirve como denotaciones de cercanía y lejanía; además, se encadenan a la idea del uso de deícticos, también conceptualizados por Vilches. Estos últimos, elementos de la deixis, que es un modo particular de actualizar competencias. Por lo tanto, en la fotografía se expresan todos estos conceptos, además del de la espacialidad fotográfica, que tendría una intencionalidad retórica, según el autor. (Vilches, 1992, págs. 54, 59, 60)

La segunda regla es de adjunción. Esta regla explica que una fotografía, que tiene cierto sema dentro de su composición, no se refiere al mismo. Por lo tanto, el lector debe redimensionar su competencia y crear un nuevo significado, según Vilches. (Vilches, 1992, pág. 66). Para aplicar este concepto a nuestro objeto de análisis, escogimos esta fotografía:



Imagen 14. *En carne ajena.* (Extra, 2015, pág. 22)

El texto icónico muestra un grupo de hombres, actantes de la fotografía. El texto lingüístico se refiere a un grupo de mundialistas. Sin embargo, no hay nada en la fotografía que haga referencia a ese sema. Por lo tanto, el lector debería redimensionar su competencia y crear un nuevo significado, para que la fotografía tenga una coherencia textual.

La tercera regla es de construcción. Esta ocurre cuando hay muchos semas en un texto icónico-verbal, por lo que podría haber polisemia. Además, según Vilches, la fotografía quiere funcionar como expresión visual del significado, pues construye un significado que no se encuentra en la misma. (Vilches, 1992, pág. 68). La siguiente fotografía ejemplifica el concepto:



Imagen 15. *En carne ajena*. (Extra, 2015, pág. 22)

En la fotografía, no hay nada que signifique “estaba molesto”, pero el autor eligió ciertos actantes, dispuestos de cierta forma, de tal manera que busca que la fotografía tenga ese significado. Por lo tanto, en esta fotografía hay una metáfora, que sirve para que, por sustitución, se construya un significado que no está contenido en esa imagen.

Ya que nuestro objeto de estudio es un conjunto de fotografías de prensa, hay que referir los conceptos de Lorenzo Vilches sobre su relación con los actantes de la imagen. Recordamos que hay tres actantes. En nuestro objeto de análisis vemos actantes, vivientes – personas – principalmente; actantes fijos – sillas, graderíos –; y actantes móviles – elementos artificiales que se desplazan, como el balón de fútbol. (Vilches, 1992, págs. 166- 171)

Estos actantes se relacionan bajo ciertas reglas ya conceptualizadas en el capítulo anterior. En “En carne ajena” y “La rana que es sapo”, vemos que hay una jerarquía de actantes – que puede ser perceptiva o narrativa (esta última, propia de la televisión) – y una determinación del actante dominante, en el plano de la expresión. (Vilches, 1992, pág. 170). En la siguiente imagen observamos las reglas expuestas:



Imagen 16. *La rana que es sapo*. (Extra, 2015, pág. 17)

La siguiente imagen muestra dos tipos de actantes – fijos y móviles – en correlación. Por un lado están los micrófonos, vasos, hojas y escritorios; por el otro, los actores humanos. De acuerdo a las reglas de topicalización espacio-temporal de Vilches, se determina el actante dominante, con base en conceptos como el contraste y color, la escala y la espacialidad fotográfica, expuestos en el capítulo anterior (Vilches, 1992, págs. 48, 50, 56). Una vez definido el actante dominante, se entiende la jerarquía de los actantes, pues, según Vilches, puede manifestarse en función de que los actantes vivientes dominan relaciones con otros. Por ejemplo, en este caso, los actores humanos – vivientes – dominan relaciones con los actantes fijos.



Imagen 17. *En carne ajena*. (Extra, 2015, pág. 22)

Esta imagen, en cambio, muestra una jerarquía de los actantes – todos vivientes – perceptiva. Esto debido a que, según Vilches, se releva la importancia de las figuras sobre los fondos. Por lo tanto, esto hace que el receptor perciba una forma por sobre un fondo, debido a un proceso de discriminación. (Vilches, 1992, pág. 167)

Es necesario comprender que, en este acercamiento a la imagen, hay, además de las reglas de coherencia que expusimos, y aplicamos en el objeto de estudio, un *Espacio cognoscitivo*, del que habla Lorenzo Vilches. (Vilches, 1992, pág. 103). Este tiene algunas variantes que pueden presentarse en las imágenes propuestas por el autor.

En nuestro caso, determinamos que hay un espacio cognoscitivo parcial, pues el enunciador – uno de los actantes – proyecta fuera del espacio concebido para la enunciación. Esta proyección es de tipo temporal y actancial, según los conceptos de Greimas, recogidos por Lorenzo Vilches (Greimas en Vilches, 103). En este punto, el concepto de cercanía- lejanía, explicado anteriormente, sirve para comprender indicadores pragmáticos de “aquí” y “allá”, que crean deixis en la lectura de la imagen, por parte del lector. No se observa, en nuestro objeto de

estudio, un espacio cognoscitivo global, absoluto – pues no sabemos si el autor y el lector saben lo mismo. Citamos una imagen como ejemplo:



Imagen 18. *En carne ajena*. (Extra, 2015, pág. 22)

En la imagen, uno de los actantes le hace una pregunta a otro; además, un tercero confirma la respuesta. Por lo tanto, como dice Vilches, le delega su saber a otro sujeto cognoscitivo. Este proceso de la enunciación es de carácter espacial, pues el tercer actante proyecta fuera de la estructura de la misma; además es temporal, pues el segundo actante recuerda un tiempo anterior, por ende, distinto del de la fotografía.

En “La rana que es sapo”, los actantes son explícitos, por ende, hablaremos de un exhibidor y un observador – o narrador y narratario, según Vilches – en el proceso de la enunciación. Esto ocurre porque en el texto visual se encuentran un *yo* y un *tú*, que muestran o dicen, y alguien que mira y escucha. (Vilches, 1992, pág. 100).

La siguiente imagen explica este concepto:



Imagen 19. *La rana que es sapo*. (Extra, 2015, pág. 17)

La imagen muestra tres actantes vivientes. A uno de ellos – el de la izquierda, por jerarquía visual, el más importante – pertenece el texto que ancla la fotografía. Este actante, por lo tanto, es el exhibidor, o informador, pues, de acuerdo con Vilches, es quien muestra o dice. Los otros dos actantes son el observador, o espectador, pues son quienes escuchan o miran. Aquí, el exhibidor también hace referencia a una proyección fuera de la estructura, por ende, en esta imagen, de acuerdo con Vilches, también hay un espacio cognoscitivo parcial.

Por otro lado, el otro autor escogido para el análisis metodológico de nuestro objeto de estudio es Roland Barthes. En *La cámara lúcida*, Barthes propone que la fotografía tiene tres componentes: el *Operator* (fotógrafo), el *Spectator* (receptor) y el *Spectrum*, que es el objeto fotografiado. Estos tres elementos se reconocen en nuestro objeto de estudio. Por citar un ejemplo: el *Spectrum* de nuestras fotografías son los actores humanos – o no – que están dentro – los actantes, en el caso de Vilches. El *Spectator* es el receptor, el lector modelo; es a quien van dirigidas esas fotografías: el lector del diario. El *Operator*, por su parte, es el el fotógrafo, muchas veces identificado por su nombre – en el caso de la muestra de “En carne ajena”, Jorge Quimí – o bajo el nombre de Diario Extra.

Las fotos pueden causar intereses flojos, dice Barthes. Por lo tanto, el tipo de fotografía que se estudia, es aquella que causa una impresión en su receptor. A esta impresión, Barthes la denomina “aventura”. (Barthes, 1989, pág. 39).

Entonces, ya que la fotografía puede ser trivial, según el autor, es necesario estudiar dos elementos propuestos en *La cámara lúcida*: el *Studium* y el *Punctum*. El *Studium* se explica como una dedicación general, lejana a un acercamiento específico a algo; es un interés vago.

En nuestro objeto de estudio vemos algunos ejemplos de *Studium*:



Imagen 20. *La rana que es sapo*. (Extra, 2015, pág. 17)

En esta fotografía se ve un hombre, parado, con un micrófono en la mano. Parece exponer algo al resto de hombres, sentados cerca de él. Ese es el *Studium* de la fotografía. Es un interés general, pues es el primer acercamiento que podría hacer un lector sobre esta imagen. Es por medio del *Studium*, según Barthes, que se el *Spectator* participa de rostros, gestos, acciones, etc. (Barthes, 1989, pág. 45).

Esta otra fotografía funciona igual:



Imagen 21. *En carne ajena*. (Extra, 2015, pág. 22)

En la imagen vemos un grupo de hombres, con micrófonos en sus manos, rodeando a otro hombre; este tiene los ojos cerrados. Según la propuesta de Barthes, aquí, el receptor podría participar del gesto del hombre con los ojos cerrados, por ejemplo.

El otro elemento de campo de la fotografía es el *Punctum*. Este se refiere al momento en que una fotografía causa una impresión en el receptor. Es el momento en que cierta imagen, por casualidad – o no – tiene un detalle que hace que el receptor no olvide la fotografía. También hace referencia al tiempo. Es decir que representa el noema de la fotografía: “Esto ha sido”, que según Barthes, es una “doble posición conjunta”. (Barthes, 1989, pág. 91)

Entonces, la fotografía muestra algo o alguien que es, pero que ya fue. Este concepto se entiende cuando el receptor conoce en qué momento fue tomada tal fotografía, por lo que, si su lectura es posterior, sabrá que eso no es actual, pero, dentro de su lectura, podría tomarla como tal. Esta fotografía explica el *Punctum* como tiempo.



Imagen 22. *La rana que es sapo*. (Extra, 2015, pág. 17)

La fotografía muestra un hombre de pie, con la cabeza y la mirada en el suelo. De fondo, un grupo de hombres sentados. Al ser la fotografía de un periódico, se sabe que es una fotografía que responde a una coyuntura. Por lo tanto, ese individuo de la fotografía, según lo propuesto por Barthes, está ahí, de pie; y a la vez ya no está ahí, pues ese evento en el que fue fotografiado el individuo ya es pasado.

Este concepto se contrapone al que Barthes denomina “principio de choque”, en el que el fotógrafo busca sorprender a algo o alguien, al momento de fotografiar. (Barthes, 1989, págs. 46, 51).

En nuestro objeto de estudio no determinaremos si hay *Punctum*, pues le corresponde al lector decidirlo. Sin embargo, podemos reconocer detalles que funcionarían como principio de choque en las fotografías de nuestra muestra. Por ejemplo, esta imagen lo aclara:



Imagen 23. *En carne ajena*. (Extra, 2015, pág. 22)

Esta fotografía tiene a un grupo de personas en su composición. Una de ellas levanta las manos y una segunda sonríe o ríe. Estos dos detalles son captados por el *Operator* de la fotografía. Según los tipos de sorpresas que propone Barthes, encontramos uno en la imagen: la sorpresa número cinco, que explica que se ha retratado una imagen que parecería estar preparada por el fotógrafo, pero que es un hallazgo, una “escena natural”, dice Barthes. (Barthes, 1989, pág. 52).

Esta imagen explica otro de los tipos de sorpresa de una fotografía.



Imagen 24. *La rana que es sapo*. (Extra, 2015, pág. 17)

En esta imagen se ve un principio de choque, pues el fotógrafo busca sorprender a alguien. En la fotografía vemos la sorpresa número dos, según lo propuesto por Barthes. Esta sorpresa explica que el fotógrafo ha captado un gesto que el ojo del receptor no podría inmovilizar en la realidad. Es decir, el fotógrafo logró captar el brazo del hombre de la imagen, que se levantó.

La fotografía tiene como función, entre otras, informar, representar, sorprender, dice Barthes. Además es “unaria” cuando transforma la realidad, es decir, sin separarla para lograr dos elementos nuevos. Esto quiere decir, según Barthes, que no tiene *Punctum*, sino principio de choque; esto ocurre a menudo en las fotos de reportajes, pues son recibidas una sola vez. (Barthes, 1989, págs. 58,59)

Barthes propone, en su obra *Lo obvio y lo obtuso*, una retórica de la imagen en donde hace tres observaciones: sobre el texto, dice que está destinado a comentar la imagen, a darle uno o varios significados. Por lo tanto, propone que es el texto el que realza a la imagen, la vuelve patética o la racionaliza. (Barthes, 1992, págs. 21, 22) Elegimos unas fotografías de nuestro objeto de estudio para aclarar el concepto:



Imagen 25. *La rana que es sapo*. (Extra, 2015, pág. 17)

En la primera imagen se ven dos hombres sentados frente a micrófonos. En la coyuntura deportiva son miembros de la Federación Ecuatoriana de Fútbol. El contexto es un congreso de fútbol ocurrido en enero de 2015. La fotografía tiene dos textos: el primero, que entrega el nombre de uno de los dos hombres; el segundo: lo que sería la voz de ese individuo. Como vemos, aquí el texto sirve para comentar la imagen y, además, para darle varios significados. Este texto vuelve patética o racional la fotografía.

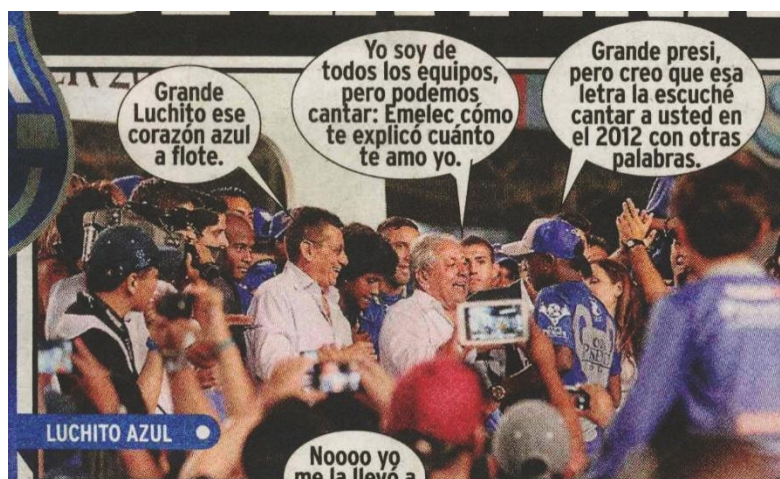


Imagen 26. *En carne ajena*. (Extra, 2015, pág. 22)

La segunda fotografía muestra un grupo de personas. El contexto es la final del campeonato de fútbol ecuatoriano, en 2014. El presidente de la Federación, Luis

Chiriboga, parece conversar con uno de los jugadores. Al igual que la otra fotografía, el texto comenta la fotografía y le da significado.

Barthes propone el estudio de tres mensajes, entre ellos, el signo verbal; el mensaje lingüístico. Aquí el autor plantea que este mensaje está en la comunicación de masas, bajo diversas formas, ya sea como titular, texto explicativo, diálogo o globo de cómic. En nuestro objeto de estudio vemos al texto como globo de comic y como texto explicativo. Por lo tanto, este mensaje tiene dos funciones: anclaje y relevo. La función de anclaje es denominadora, pues plantea la pregunta ¿qué es eso? Esto permite, según Barthes, que el lector reciba un nivel adecuado de percepción. (Barthes, 1992, pág. 36).



Imagen 27. *En carne ajena*. (Extra, 2015, pág. 22)

En esta imagen se ve un texto que la ancla. El texto está representado en forma de cómic; además, en la esquina inferior izquierda hay un texto explicativo, y permite responder la pregunta propuesta por Barthes.

La función de relevo no es común en la imagen fija, dice Barthes, aunque está presente en el humor gráfico y en el cómic. En este caso, la palabra y la imagen son complementarias. Además, tienen un nivel superior, relacionado con la historia, la anécdota, la diégesis. (Barthes, 1992, pág. 37).

En este sentido, la función de relevo funciona para nuestro objeto de estudio, pues son, todas las imágenes, un conjunto de fotografías que cuentan una misma

historia. En el caso de “En carne ajena”, la historia del campeonato obtenido por el Club Sport Emelec. En el caso de la “La rana que es sapo”, el congreso de Fútbol celebrado en la Federación Ecuatoriana del Fútbol. Las dos muestras tienen una historia que contar, a pesar de que cada fotografía tiene su texto propio, todas se direccionan a la historia general.

Para aclarar el concepto, basta volver a ver las muestras en su totalidad, al inicio de este capítulo. En todo caso, esta fotografía aclara la función de relevo en nuestro objeto de estudio.



Imagen 28. *En carne ajena*. (Extra, 2015, pág. 22)

Las dos imágenes funcionan con globos de comic y textos explicativos. Según Barthes, característicos del humor gráfico. Entre estas dos imágenes puede contarse una historia que, puede – o no – ser entendida por el lector, de acuerdo a sus competencias. La primera fotografía muestra a un grupo de periodistas preparándose para una transmisión. La segunda muestra un futbolista festejando ante la hinchada. Entre una y otra hay un tiempo que no se cuenta de la historia; en términos narratológicos, una elipsis. En las dos fotografías vemos que la relación entre la imagen y el texto es complementaria – aparte de que el texto comenta y da significado – pues una sin la otra no tendrían sentido.

Barthes dice que estas dos funciones pueden coexistir en una misma imagen, pero hay una que predomina. Cuando la imagen tiene un valor diegético – desarrollo narrativo de los hechos – la información es trabajosa. Cuando tiene un valor sustitutivo, la imagen soporta la carga de información. Además, plantea que en ciertos comics de lectura rápida, la diégesis descansa sobre la palabra. (Barthes, 1992, págs. 37, 38).

En nuestro objeto de estudio se puede observar este concepto propuesto por Barthes:



Imagen 29. *La rana que es sapo*. (Extra, 2015, pág. 17)

En la imagen se ve un texto con función de anclaje, pues da un significado a la foto, la comenta. En este caso, el texto “Carlos Villacís, de la FEF” responde la pregunta ¿qué es eso?, y le da un nivel adecuado de significación al lector.



Imagen 30. *En carne ajena*. (Extra, 2015, pág. 22)

En esta imagen observamos que coexisten las dos funciones del texto. Anclaje, pues responde la pregunta que plantea Barthes - ¿Qué es esto? Gustavo presidente - y le da un nivel de significación adecuado al lector. Además, el texto con forma de globo de comic representa la función de relevo, pues tiene un valor diegético que descansa sobre el texto. Estas dos funciones coexisten - posibilidad que Barthes propone; sin embargo, una predomina, en este caso, la de relevo, pues el valor diegético del texto hace que su relación con la imagen sea complementaria.

Estas funciones que cumple el texto, en su relación con la imagen, dan paso a tres niveles del sentido, propuestos por Barthes: el nivel informativo, el nivel simbólico y el nivel de la significancia. El nivel informativo es el nivel de la comunicación. Ya que nuestro objeto de estudio está inmerso en un medio de comunicación de masas, tiene, dentro de sus imágenes un nivel de la comunicación. Por lo tanto, quedan por analizar los niveles simbólico y de la significancia en nuestra muestra.

El nivel simbólico, dice Barthes, es el nivel obvio, pues va por delante. Es intencional y no distrae el sentido, sino que lo acentúa. (Barthes, 1992, págs. 51-54). Este nivel obvio está comúnmente relacionado con las fotografías de prensa, pues el texto que las acompaña no distrae el sentido de la imagen, sino que lo

acentúa. Las imágenes de nuestro objeto de estudio podrían funcionar, en el nivel obvio, en otra sección de Diario Extra; incluso, en las secciones deportivas de otros diarios, denominados “serios”, que no tengan relación con el sensacionalismo.



Imagen 31. (La República, 2015)

Esta imagen, similar a la que aparece en la muestra “La rana que es sapo”, tomada del portal web *La República*, tiene como texto lo siguiente: “Guayaquil 20 de Enero 2015. Hoy se instaló el congreso ordinario de la Federación Ecuatoriana de Fútbol, dónde se elegirá a su presidente. Fotos: Marcos Pin / API”

Por tanto, vemos como el sentido simbólico, que va por delante, no distrae el sentido, sino que lo acentúa.

El nivel de la significancia es el nivel obtuso, según propone Barthes, pues, plantea, tiene un aspecto irrisorio. Este nivel se abre al “infinito del lenguaje”, dice el autor y tiene relación con “los juegos de palabras, las bromas”. En este sentido hay cierta emoción, una valoración. (Barthes, 1992, págs. 52, 55, 59)

Para comprender este nivel del sentido, usaremos la imagen de la muestra “La rana que es sapo” similar a la imagen del portal web *La República*. Las dos imágenes responden a un mismo hecho noticioso, pero tienen un significado distinto. Esto ocurre por la función que cumple el texto con relación a la imagen.



Imagen 32. *La rana que es sapo*. (Extra, 2015, pág. 17)

CONCLUSIONES

Al inicio de esta investigación nos preguntábamos si la imagen es una estructura compleja que puede informar por sí sola. Además, nos propusimos averiguar si el mensaje lingüístico que acompaña una fotografía puede determinar el curso de la interpretación de un lector – a pesar de que no ocupamos nuestra investigación en la manera en que capta un mensaje cierto receptor. Estas preguntas serán el punto de partida de nuestras conclusiones.

Para responder estas preguntas, nos situamos en el contexto en el que se construyen las imágenes que iban a ser objeto de nuestro análisis: Diario Extra. Las secciones “En carne ajena” y “La rana que es sapo” son parte de la sección deportiva de Diario Extra, uno de los diarios de mayor circulación en el país. Estas secciones no tienen una periodicidad específica, por lo que las muestras elegidas no surgieron de un universo específico, sino de la coyuntura que provocó su publicación. El diario en el que estas secciones circulan es conocido por su manejo de la información. El sensacionalismo es el estilo periodístico elegido para tratar la información en Diario Extra,

Entonces, una imagen no es una representación de la realidad, sino un fragmento de fragmento. La fotografía, siendo más específicos, es la muestra de un trazo visible de un autor, que pasa por un proceso mecánico y psicoquímico; solo adquiere valor por un juego dialéctico entre emisor y receptor. Es aquí donde toma relevancia el texto lingüístico.

Las imágenes están compuestas de isotopías, que son construcciones semióticas repetitivas que permiten que el texto tenga uniformidad y evitan la aparición de ambigüedades. En ciertos casos, hay fotografías que quieren ser la expresión visual del significado de un texto lingüístico. En las muestras de “En carne ajena” y “La rana que es sapo”, muchas de las fotografías querían ser la expresión de determinado significado.

Dentro de este aspecto, hay un espacio de conocimiento en que los actores del proceso de comunicación conocen lo mismo y otro en el que no, lo que requiere que el lector de la imagen tenga que hacer una actualización de competencias. Todo esto no ocurriría sin la inclusión de un texto, pues la imagen, por sí sola, forma parte del plano de la expresión y su contenido dependerá del texto que complementa dicha fotografía. Por ende, la fotografía, la imagen en general, no tiene un valor significativo por sí sola.

Con respecto al texto como elemento complementario de una imagen, podemos decir que tiene dos grandes funciones: anclaje y relevo. La primera busca comentar una imagen, darle un significado y, por lo tanto, un nivel adecuado de percepción al lector. La función de relevo busca ser complementaria de la imagen; es decir, el texto sin la imagen no funciona y viceversa. Estas dos grandes funciones nos llevan a comprender ciertos niveles del sentido que pueden encontrarse en una imagen. el primero, de la comunicación; el segundo, el sentido obvio; y el tercero, el sentido obtuso. El nivel de obvio busca acentuar un sentido (significado). El nivel obtuso está relacionado con el humor gráfico y conlleva cierta emoción. Estas funciones y sus niveles de sentido pueden coexistir en una imagen-texto, pero siempre habrá predominancia.

Una vez entendido el contexto en el que estas imágenes se construyen y la forma en la que operan, junto con su texto, concluimos que:

- La imagen no tiene ningún valor comunicativo si no está acompañada de un mensaje lingüístico que la complementa.
- En todo proceso de lectura de una imagen, y en nuestro objeto de estudio también, es necesario que, ante la presencia de un mensaje, emitido por un autor, el receptor adquiera las competencias necesarias para recibir dicha información. Si esto no ocurre, el texto icónico verbal puede tener elementos que sirvan como punto de partida para una nueva actualización del conocimiento del lector.
- En las muestras elegidas vemos una intencionalidad en la construcción de las imágenes, que buscan naturalidad en las escenas representadas,

mediante el hallazgo de actantes en posiciones que el ojo no puede inmovilizar en la realidad.

- A pesar de que las imágenes de prensa están relacionadas, comúnmente con la función de anclaje del texto lingüístico, en las muestras de “En carne ajena” y “La rana que es sapo”, encontramos una función de relevo que responde a una diégesis.
- Las imágenes de las muestras, por separado, tienen un significado propio; pero, al ser parte de una diégesis, cuando son analizadas como un todo discursivo, adquieren otro significado.
- El texto que acompaña a las imágenes de las muestras tiene dos funciones: de anclaje y sentido obvio, para denominar y entregar un nivel adecuado de percepción; de relevo, para responder a una historia, una anécdota.
- Aunque no es parte de este análisis, cabe recalcar que esta forma de operar de la imagen no está relacionada solamente a las secciones de Diario Extra. La imagen, su texto y su relación entre sí, tendrán el mismo resultado en diarios relacionados con el periodismo tradicional, alejados del sensacionalismo.

Bibliografía

- Barthes, R. (1989). *La cámara lúcida*. Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. (1992). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Checa Montúfar, F. (2003). *El Extra: las marcas de la infamia; aproximaciones de la prensa*. Ecuador: Corporación Editora Nacional; Abya- Yala.
- Eco, U. (20 de agosto de 2011). *Lo cómico y la regla*. Obtenido de Biblioteca Ignoria:
<http://bibliotecaignoria.blogspot.com/2011/08/umberto-eco-lo-comico-y-la-regla.html>
- Erausquin, M. A. (1995). *Fotoperiodismo: formas y códigos*. Madrid: Editorial SÍNTESIS, S. A.
- Extra, D. (2015). Guayaquil: GRANASA.
- Fernández Pedemonte, D. (2001). *La violencia del relato: discurso periodístico y casos policiales*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Olé, D. (2015). Buenos Aires.
- Vilches, L. (1992). *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Barcelona : Editorial Paidós Ibérica S.A.
- HOLGUÍN, Henry. *LA REALIDAD DEL SENSACIONALISMO*. [en línea] 2015.
[fecha de consulta: febrero de 2015]. Disponible en:
<http://henryholguincubillos.blogspot.com/2012/08/la-realidad-del-sensacionalismo.html>
- Diario Olé. (2015). *Salió como entró*. [en línea] 2015. [fecha de consulta: mayo de 2015]. Disponible en:http://www.ole.com.ar/velez/Gamez-Velez-Boca_0_1361864091.html

ANEXOS:

¡El único reality que no necesita televisión para ser famoso!

EN CARNE AJENA

HD HARTO DESESTRES POR JERSON RUIZ

EMELEC Y BARCELONA PARA NUNCA OLVIDAR

2013-2014

Sport Emelec

Que tengo el mismo traje FIFA que en el Maracaná.

Carlitos esta final qué te recuerda.

La plena Carlitos, nos pusimos el mismo saco. Se nos ve más pinteros.

LOS MUNDIALISTAS

Un poquito más para que se vean lindos.

La belleza y el glamour ante todo.

POR FAVOOOOR

Por favooooor, los que somos pinteros no necesitamos nada de maquillaje, porque si me lo ponen se me cae el alma al piso.

Chistosito, el 28 es el día de los inocentes.

LA CAMISETA

Ya les dije, lágrimas no se saigan. Me esperan un ratito, que estas no me hacen caso.

Por qué hace así.

La plena que le hacen caso, no le salen.

Que levanten las manos, los que jamás dejaron de creer en Emelec. Que levanten las manos los que cantaban la canción del pavo. Que levanten las manos los que ya tenían la camiseta con la estrella 12. Que levanten las manos a quienes les dé la gana, he dicho.

PEDRITO Y SU CONFESIÓN

Yo soy de todos los equipos, pero podemos cantar: Emelec como te explico cuánto te amo yo.

Grande Luchito ese corazón azul a flote.

Grande presi, pero creo que esa letra la escuché cantar a usted en el 2012 con otras palabras.

LUCHITO AZUL

Jajaja, qué buen chiste de Gustavo.

GUSTAVO PRESIDENTE

Noooo yo me la llevo a Argentina.

Déjala cargar un ratito no seas malito.

SE LE LLEVÓ

Ya te vi, a ti te digo. Si me cantas el pavo a mí, ya sabes lo que te va a pasar.

Mi body es solo una broma, no le hagas caso.

Profe, el pavo es la canción de moda.

ESTABA MOLESTO

LOS SECRETOS DE LA FINAL

BICAMPEÓN

Los secretos de la final, es el En Carne ajena filmada en la final del campeonato nacional.

ACTORES: Todos los que se nos cruzaron a nuestra cámara. FOTOS: De Jorge Quimi, que por dar la vuelta olímpica con Emelec se olvidó de tomar más fotos. MENSAJE: Esta página va dedicada a todos los hinchas que amanecieron estresados y que ocuparon el dinero de la navidad en entradas para los Clásicos.

CRÉDITOS



LA ÚNICA PÁGINA
EN EL ECUADOR
donde los resultados
no interesan



¡El único reality que no necesita televisión para ser famoso!

EN CARNE AJENA

HD

HARTO DESESTRÉS

POR JERSON RUIZ



NO NOS INVITARON AL ALMUERZO EN CARONDELET, PERO CON ELLAS HASTA EL FIN DEL MUNDO



MÁS SERIO, IMPOSIBLE

Vea que se lo pide una mundialista, luna sonrisita, nada más!

Ni que me haga cosquillas me río. Se quedó con las ganas de verme pelar los dientes.

Gané la apuesta, él no sonrió.



¿QUIÉN TOMA LA FOTO?

Les dije, puede faltarnos todo, menos la foto.

Y ahora cómo les digo a mis primas que estuve en Carondelet.

Qué pena, nadie que nos tome la foto.

Esta foto era "pepa"... ojalá que la tenga EXTRA



CAPITANA, MINISTRA Y PRESIDENTE

Un lujo comer junto a la Ministra del Deporte y el presidente Chiriboga.

Lo mismo digo yo.

Les digo un secreto... mis tripas me piden el almuerzo.

Este almuerzo presidencial va directo al "feis".

Buena Mónica Quinteros, te mandaste tu cufia.

UN GOCÉ ANTES DE COMER



Jajaja, hagan rápido la foto que se me pierde la sonrisa.

Y esta es la foto número 34 y el almuerzo no llega.

Un saludo para mis alumnos en Guayaquil.

Creo que nos están haciendo lámpara, ya que esa cámara no tiene rollo.



A COMER

Si me traen un seco de chivo no hay problema.

No tienen ni idea de lo que vamos a comer.

Ustedes no saben de comida rica, un caldo de pata con mote de Sangolquí sería ideal.

Quiero un mega ceviche triple.



LA FOTO

Vanesita, esta muy seria para esta foto.

Ando tristonza, no traje mi camarita para las fotos.

Tranqui profe, los de En carne ajena están aquí, usted no los ve, pero están aquí.

CRÉDITOS

Mujeres al poder fue grabada en el Palacio de Carondelet, en el almuerzo presidencial en homenaje a la Trichicas.

Personajes: Jugadoras de la selección femenina de Ecuador, más la participación del presidente Rafael Correa y Luis Chiriboga.

Fotos: Henry Lupo y cortesía del Ministerio del Deporte.

Mensaje: No nos invitaron, pero igual estuvimos presentes, porque esta página es la oficial del CNE (Concejo Nacional del Encame).



UNA VERDAD

- Quería decirle al presidente, a mi entrenadora y a mis queridas compañeras que el mejor recuerdo que nos llevamos del almuerzo presidencial son las fotos que saldrán En carne ajena. Dado y firmado en el Palacio de Carondelet, en Quito, al 23 de febrero del 2015. He dicho, palabra de capitana.



LA DT Y EL PRESIDENTE

Presi, esta amarilla no la tenía en su mente, y van 3, la de Barcelona, Aucas y ahora la nuestra.

Mi querida Vanessa, era que me traiga la azul, la alterna es más bonita, porque se parece a la de Emelec.

ESTA PÁGINA NO TIENE LECTORES... SINO HINCHAS



Aquí le contamos la verdad de lo que pasa en las canchas, las cosas que los actores no se atreven a decir, pero la Rana René, que es "sapo", se las canta todas. Muchas son realidades, pero parecen sacadas de la alguna película de ciencia ficción del deporte. (JF)

FACUNDO MARTÍNEZ, DE CATOLICA

